

HEVOSLOIMIEN PESULAPALVELUN LIIKEIDEAN TOTEUTETTAVUUS KESKI-SAVOSSA

Hanna Jaakkonen

Opinnäytetyö

Ammattikorkeakoulututkinto

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Hanna Jaakkonen	
Työn nimi Hevosloimien pesulapalvelun liikeidean toteutettavuus Keski-Savossa	
Päiväys 14.11.2011	Sivumäärä/Liitteet 57/3
Ohjaaja(t) Pentti Markkanen, Arja Hukkanen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Sini Lopenen	
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, onko Jorosiin kannattavaa perustaa hevosten loimiin erikoistunutta pesulaa. Pesulan yhteyteen kaavailtiin myös loimien korjauspalvelua ja satulahuopien ja loimien nimikointia applikointi tekniikalla.</p> <p>Tutkimuksen toteutustavaksi valittiin Internet-kysely, joka lähetettiin vastaajajoukolle sähköpostilla. Koska tällä menetelmällä ei saatu tarpeeksi vastauksia, kysely avattiin uudelleen ja sitä levitettiin hevosaiheisille foorumeille ja tuttavien kautta heidän tuttavilleen vastausten saamiseksi.</p> <p>Kyselyn pohjalta saatiin selville, kuinka paljon kysyntää loimipesulalle, korjauspalvelulle ja nimikoinnille ylipäättään on ja lisäksi, kuinka paljon vastaajat olisivat valmiita maksamaan palveluista. Saatujen tulosten pohjalta laadittiin laskelmia, joiden pohjalta pesulan kannattavuutta arvioitiin.</p> <p>Teoriaosassa käydään läpi yrittäjän ominaisuuksia, yritysidean syntyä ja konkreettisia perustamistoimia. Lähtökohtana teorialle on ollut yritystoiminnan aloittaminen.</p>	
Avainsanat yrityksenperustaminen, kannattavuus	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author(s) Hanna Jaakkonen			
Title of Thesis The Prospects of Laundry Services Specializing in Horse Blankets in Savo Region			
Date	14.11.2011	Pages/Appendices	57/3
Supervisor(s) Pentti Markkanen, Arja Hukkanen			
Client Organisation/Partners Sini Lopenen			
<p>Abstract</p> <p>The aim of this thesis was to examine the future prospects and profitability of laundry services specializing in horse blankets in Savo region. In addition to laundry services, sewing and fixing of horse blankets would be offered.</p> <p>The theoretical part of the study covers a new business idea and the actual measures and procedures when setting up a business. In addition, the various features of an entrepreneur are discussed. The starting point in the theoretical framework is based on setting up a new business.</p> <p>For the study a survey on the Internet was carried out, and the request to participate in the survey was sent to answerers by email. The number of responses received through the survey was not, however, adequate, and a second survey was carried out. This survey was published in various horse forums on the Internet and also distributed by person-to-person method.</p> <p>Based on the answers it can be concluded that there is demand for laundry services specializing in horse blankets, including the sewing and fixing services. The responses also revealed how much the answerers would be willing to pay for these services. Finally, profitability calculations for setting up the laundry business were made based on the results of the survey.</p>			
Keywords starting a business, profitability			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	OMAN YRITYKSEN PERUSTAMINEN	7
2.1	Hyvän yrittäjän ominaisuudet	7
2.2	Yrityksen perustamisen lähtökohdat	9
2.3	Yrityksen sidosryhmät	14
2.4	Yritysmuodon valinta	18
2.5	Yrityksen rahoitusvaihtoehtoja	20
2.6	Yrityksen talouden muodostuminen	23
3	YRITYKSEN LIIKETOIMINNAN ALOITTAMINEN	29
3.1	Liiketoiminnan aloittamiselle välttämättömät toimenpiteet	29
3.2	Taloushallinnon hoitaminen	32
3.3	Verkostoitumalla tukea yrityksen toimintaan	34
4	CASE HEVOSLOIMIEN PESULAPALVELU	36
5	TUTKIMUKSEN KUVAUS	38
6	KYSELYN TULOKSET	40
7	LOIMIPESULAN KANNATTAVUUS	51
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	54
	LÄHTEET	56

LIITE

Liite Kyselylomake

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön idea sai alkunsa, kun yrittäjyydestä kiinnostunut Sini Loponen oli syksyllä 2010 yhteydessä Uusyrityskeskus Wäläkkyyän. Loponen suunnitteli loimipesulan perustamista Joroisiin omasta pihapiiristä löytyvään navettaan. Wäläkystä oltiin yhteydessä ammattikorkeakouluun ja tarjottiin aihetta opinnäytetyöksi.

Työn ajatuksena oli selvittää liikeidean toteutettavuutta. Vastausten saamiseksi toteutettiin kysely, joka toteutettiin vuodenvaihteessa 2010–2011 Internetissä nettikyselyinä. Kyselyn tarkoituksena oli saada selville, onko pesulalle tarpeeksi kysyntää Joroisten lähialueilla ja onko yritystä ylipäättään järkevä perustaa. Kyselyssä kartoitettiin vastaajien tarvetta pesulalle, korjauspalvelulle, kuljetuspalvelulle ja applikoinnille eli loimien ja huopien nimikoinnille.

Teoreettisessa osassa käydään läpi yrityksen perustamiseen liittyviä osa-alueita hyvän yrittäjän ominaisuuksista käytännön perustamistoimiin. Teoria on koottu useammasta eri lähteestä ja perusajatuksena on ollut yritystoiminnan aloittaminen.

Raportti koostuu kahdeksasta pääluvusta. Ensimmäinen niistä on johdanto. Toisessa luvussa käydään läpi hyvän yrittäjän ominaisuuksia, yritysideaa, liiketoimintasuunnitelmaa ja yrityksen taloutta. Kolmas luku painottuu yritystoiminnan aloittamiseen liittyviin käytännönasioihin. Neljännessä luvussa käydään läpi pesulapalveluidean taustaa ja paneudutaan toimeksiantajan yritysideaan. Viides luku kertoo toteutetusta tutkimuksesta ja kuudes luku sisältää kyselyn pohjalta saadut vastaukset, joiden pohjalta on laadittu seitsemännen luvun kannattavuuslaskelmat. Viimeinen luku kokoaa yhteen johtopäätökset loimipesulan kannattavuudesta ja opinnäytetyöprosessista.

2 OMAN YRITYKSEN PERUSTAMINEN

2.1 Hyvän yrittäjän ominaisuudet

Moni pelkää yrittäjäksi ryhtymistä, koska monet näkevät yrittäjäelämän hyvin sidottuna, kiireisenä ja riskialttiina. Monesti myös kuvitellaan, että yrittäjän on oltava yliihminen ja omata sellaisia kykyjä, joita harva myöntää itsestään löytyvän. Myös pelko siitä, että yritys ei menesty ja yrittäjäksi ryhtynyt menettää kaiken omaisuutensa, on suuri. Ennen yrittäjäksi ryhtymistä tulevan yrittäjän olisikin syytä arvioida kriittisesti itseään ja pohtia riittävätkö hänen tietonsa, taitonsa ja henkiset ominaisuutensa oman yrityksen pyörittämiseen ja ennen kaikkea onko hänellä mielenkiintoa pitkäjänteiseen yritystoimintaan, joka ei välttämättä heti alussa tuotakaan toivottua tulosta. (Puustinen, 2004, 15–16.)

On totta, että yrittäjäksi ryhtyvällä on oltava tietty palo toteuttaa omia haaveitaan. Hänen on oltava niin sanotusti yrittäjähenkinen. Stressinsietokyky ja eräänlaisessa epävarmuudessa eläminen ovat yrittäjäelämän yksi osa-alue. Pelko ja turvattomuus voidaan kuitenkin kääntää myös hyödyksi, jos ne saavat aikaan pitkäjänteistä toimintaa lamaantumisen sijaan ja innostavat laatimaan varasuunnitelmaa yritykselle. Yrittäjänä ihminen on itse oma herransa ja hän saa kaiken kunnian omasta työstään niin kuin kuuluukin. Palkansaajana tilanne on hyvin usein toinen ja yrityksen johtaja kerää työntekijän aikaansaamat lisäarvot. Yrittäjäksi ryhtyvälle raha on usein iso motiivi, mutta myös henkinen vapaus viehättää. (Puustinen, 2004, 15–16.)

Mikroyrityksissä joissa työskentelee alle kymmenen työntekijää, vastuu yrityksestä on usein yhden ihmisen harteilla. Usein yksityisyrittäjä toimii sekä yrityksen omistajana, että työntekijänä ilman ulkopuolista apua. Tämä tarkoittaa sitä, että kaikki tieto ja taito yrityksen liiketoiminnan pyörittämiseen on löydettävä yrittäjältä itseltään. Toki verkostoitumalla esimerkiksi muiden yrittäjien kanssa saa apua ja neuvoja, mutta vastuu omasta toiminnasta on silti yrittäjällä itsellään. (Kinkki & Lehtisalo, 1999, 112–113.)

Suomessa yrittäjäksi ryhdytään usein myönteisten motiivien kannustamana ja yrityksen perustaminen Suomeen on varsin helppoa. Täällä sovittuihin asioihin voi luottaa, korruptiota ei esiinny ja sähköisten järjestelmien kehittyminen on entisestään lisännyt yrityksen perustamisen helppoutta. Myös rahoittajat ovat innokkaita rahoittamaan etenkin nuorten perustamia yrityksiä. Ehkäpä tästä syystä yrittäjän ammatti on nosta-

nut suosiotaan nuorten keskuudessa. Kaikki evät kuitenkaan tule ajatelleeksi ominaisuuksia, joita yrittäjältä vaaditaan. Sitoutuminen varsinkin alkuun oman yrityksen toimintaan ja pyörittämiseen voi vaatia veronsa yksityiselämässä. (Puustinen, 2004, 21–23.)

Ammattitaidon lisäksi on erittäin tärkeää yritystoiminnan kannalta ymmärtää kokonaiskuva yrityksen ympärillä. Yrittäjän tulee tietää, millä toimialalla hän toimii, mitkä ovat yrityksen tuotteet, kilpailukeinot ja tuotannon tekijät. Nämä kaikki heijastuvat myös tuotteiden tai palveluiden hinnoitteluun. Kun yrittäjä hahmottaa kokonais kuvan, hän myös ymmärtää tuotteensa tai palvelunsa tarjoaman hyödyn asiakkaalleen ja osaa hinnoitella sen oikein. Myös verkostoituminen ja suhteiden luominen sidosryhmien kuten esimerkiksi tavarantoimittajien, rahoittajien ja asiakkaiden kanssa, on elintärkeää yrityksen pitkäjänteiselle toiminnalle. Vuorovaikutustaidot ovat siis avainasemassa, jotta yritys saa ympärilleen vahvan verkoston. Yrittäjän ei myöskään tule unohtaa, että yritys toimii säädettyjen lakien mukaan. Etenkin maksuvelvoitteista huolehtiminen on tärkeää yrityksen toiminnan turvaamiseksi. (Kinkki & Lehtisalo, 1999, 112.)

Yrittäjäksi ryhtyvän ei välttämättä tarvitse olla korkeasti koulutettu, vaan halu ja kyky oppia ratkaisevat. Tästä kertoo osaltaan yrittäjäjärjestön jäsenistön jäsenprofiilit, joiden mukaan hieman alle puolet jäsenistä on valmistunut peruskoulusta tai ammattikoulusta. Persoonallakaan ei ole niin suurta merkitystä. Yrittäjä on juuri sellainen kuin on, mutta sitkeyttä, rohkeutta ja määrätietoisuutta häneltä vaaditaan. Etua on myös karismasta, joka auttaa ihmisten kanssa toimimisessa. Hyväntahtoisuus ja hyvät vuorovaikutustaidot auttavat verkostoitumisessa ja asiakaspalvelussa. Yrittäjyyteen voi kuitenkin myös kasvaa. Vaikka ei omaisikaan kaikkia yllä kuvattuja ominaisuuksia, saattavat juuri ne ominaisuudet olla piilevänä ja tulla esiin, kun henkilö ryhtyy yrittäjäksi. Omia puutteitaan esimerkiksi tietotaidossa voi myös paikata palkkaamalla ammattitaitoisia henkilökuntaa. (Puustinen, 2004, 28–31.)

Aina kaikki ei kuitenkaan mene niin kuin on suunniteltu ja toisinaan yritystoiminta ajautuu hankaluuksiin. Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2010 konkurssiin haettiin yhteensä 2 864 yritystä. Yleisin syy epäonnistumiseen yritystoiminnassa on ajautuminen sivuun alkuperäisestä toimialasta. Yrittäjän tulisikin pitää mielessä alkuperäinen yritysidea ja pitäytyä siinä. Toinen syy epäonnistumiseen on usein yrityksen kasvuun liittyvät seikat. Kun yritys kasvaa ja saa lisää henkilöstöä, myös yrittäjän rooli muuttuu. Yrittäjän tulisi kartuttaa samaa tahtia kasvavan yrityksen kanssa myös

omaa tietotaitoaan etenkin johtamisen ja yritystoiminnan pyörittämisen saralla. epäonnistumiset kuitenkin myös kuuluvat elämään ja yrittäjän on osattava suhtautua niihin oikealla tavalla. Vastuun ottamiseen ja yrittämiseen liittyy aina riski ja joskus riski toteutuu. Yrittäjähenkeen kuitenkin kuuluu myös epävarmuuden sietäminen ja asioista oppiminen. Fiksu ei toista samoja virheitä ja ottaa opikseen epäonnistumisista. Joskus joutuu aloittamaan uudelleen alusta ja sisukkaasti pyrkimään kohti asettamiin päämääriä. (Kinkki & Lehtisalo, 1999, 112–113.)

Yrittäjäksi ryhtyvän ei siis tarvitse olla yli-ihminen. Tietyistä ominaisuuksista on toki etua yrittäjänä selviytymisessä, mutta nekään eivät ole välttämättömiä, jos henkilö vain uskoo itseensä ja omaa oikean asenteen yrittäjyyttä kohtaan. Yrittäjäksi haluava voi myös kehittää itsessään taitoja, joilla uskoo pärjäävänsä paremmin yrittäjänä. Henkisesti suurin haaste yrityksen perustamiseen on luultavasti uskalluksen puute. Henkilön itse on päätettävä, onko hän tarpeeksi rohkea astuakseen yrittäjyyden poluille. (Puustinen, 2004, 30–33.)

Yrityksen voi perustaa myös yhdessä toisen ihmisen kanssa. Tällöin on syytä huolehtia, että molemmat ovat liikkeellä samoilla pelisäännöillä ja pyrkivät kohti yhteistä päämäärää. Myös vastuiden jakaminen tulisi tehdä selväksi heti alussa. Pahimmassa tapauksessa yrittäjien energia kuluu keskinäiseen kinasteluun ja itse liiketoiminta jää taka-alalle. Jos toinen tai molemmat yrittäjistä ovat kovin kunnianhimoisia, voi heillä olla vaikeuksia sietää sitä tosiasiaa, että voitot ja kunnia pitää jakaa toisen kanssa. Myös täydestä kontrollista luopuminen ja päätöksentekoprosessit saattavat vaikeuttaa yhdessä työskentelyä. Toki yhdessä yrittämisestä löytyy myös positiivia puolia. Yksin yrittävä kantaa yksin vastuun ja kohtaa mahdolliset epäonnistumiset yksin. Partnerin kanssa kaadutaan yhdessä ja voidaan tukea toinen toistaan. Liiketoiminnan pyörittäminen saattaa olla myös vapaampaa siinä määrin, että lomat ja vapaapäivät pystytään sovittelemaan partnerin kanssa. Motivoituneet ja osaavat partnerit täydentävät toinen toistensa osaamista ja he voivat luottaa siihen, että kumpikin tekee oman osansa ilman vahtimista. (Pyykkö, 2011, 24–25.)

2.2 Yrityksen perustamisen lähtökohdat

Ennen yrityksen perustamista on oltava yritysidea. Yritysidea voi lähteä liikkeelle esimerkiksi omasta käytännöntarpeesta. Esimerkiksi palveluntarpeesta, jolle ei löydykään tekijää tai tarvittavasta tuotteesta, jota ei myydäkään missään. Tällöin idea perustuu markkina-aukkoon. Idea voi lähteä liikkeelle myös uudesta keksinnöstä eli

innovaatiosta. Innovaatio voi olla uusi menetelmä tehdä tai valmistaa tuotteita tai kokonainen uusi tuote. Joillekin yritysideoiden lähtökohdaksi on oma ammattitaito, jota halutaan hyödyntää. Tällaisia ovat monesti palvelualan yritykset, jotka kilpailevat keskenään ammattitaidolla. Toisinaan yritysideoiden voi myös suojata eli patentoida. Tällöin kukaan muu ei saa käyttää patentoitua mallia sellaisenaan. Patenttilaki koskee vain keksintöjä joita voivat olla uusi menetelmä, laite, tuote tai tällainen uusi käyttö. Patentoitavan keksinnön on oltava uusi ja teollisesti käyttökelpoinen. Patentilla pystyy siis suojaamaan teollisuusyritysten uusia ideoita, mutta palvelualalla liikeideoiden suojaamiseen keinoja ei juuri ole. (Pyykkö, 2011, 26–27.)

Omaan ammattitaitoon pohjaavaa yrittäjyyttä voidaan kutsua myös työyrittäjyydeksi, jolloin peruslähtökohdaksi on yrittäjän itsensä työllistyminen. Tällöin yrittäjä myy omaa työtään ja osaamistaan. Työyrityksen tärkein tehtävä on varmistaa töiden saanti. Palkkatöissä henkilö vain tekee työtä, mutta työyrityksessä henkilö totta kai tekee työtä, mutta myös itse hankkii ne. Menestyvä työyritys käyttää kuitenkin suurimman osan työtunneista itse työn tekemiseen, kun taas töiden hankinta tehdään siinä sivussa. Työyrityksessä johtaminen tapahtuu itsensä johtamisen kautta, koska usein yrityksessä ainakin alkuun työskentelee vain yksi ihminen, joka huolehtii työn tekemisestä ja yrityksen pyörittämisestä. Liiketoiminnan ideana taas on kaupata omaa tuotetta ja maksimoida liiketulos. Liiketoiminnassa tärkeässä roolissa on hahmottaa yritystoiminnan kokonaiskuva ja johtaa erilaisia prosesseja ja projekteja. Yrittäjän rooli painottuu työntekijän sijaan enemmän johtamiseen. Liiketoimintaa voidaan nähdä eräänlaisena operaationa, jonka aikana on saatu hankittua asiakkaita, joiden tarpeet on pystytty tyydyttämään kannattavalla tavalla. (Pyykkö, 2011, 26–27.)

Ennen yrityksen perustamista yrittäjän on syytä selvittää, millaisille markkinoille hän on suuntaamassa. Kun toimiala on valittu, on hyvä arvioida markkinatilannetta ja kilpailijoita ja ennen kaikkea miettiä, miten oma tuote tai palvelu eroaa kilpailijoiden vastaavista. Erikoistuminen ja erottuminen massasta ovat avainasemassa menestyville yrityksille. Yrittäjän on syytä selvittää realistiset kilpailijat, niiden määrä ja tuotteiden tai palveluiden samankaltaisuus. Kilpailijoiden tuotteista tulisi vertailla niiden ominaisuuksia sekä hinta-laatusuhdetta. Tätä kautta voidaan arvioida, kuinka hyvin olemassa olevat tuotteet tai palvelut täyttävät ostajien tarpeet. Myös kilpailijoiden ominaispiirteiden tietämisestä voi olla hyötyä omalle idealle. Lähteinä tiedonkeruulle voi käyttää kilpailijoiden omaa materiaalia, kuten myynninedistämiseen tarkoitettuja materiaaleja, lehtiartikkeleita, tilinpäätöstietoja, markkinointitutkimuksia ja luottotietoyrityksiä. Tieto-

jen pohjalta voidaan selvittää kilpailijoiden vahvat ja heikot ominaisuudet sekä markkina-asema. (Kinkki & Lehtisalo, 1999, 105–109.)

Ympäristöanalyysi ja yritysanalyysi ovat hyvä apu yrityksen ideointivaiheessa ja sen toimivuutta arvioitaessa. Ympäristöanalyysin tarkoituksena on selvittää yrityksen toimintaan ja ennen kaikkea kysyntään vaikuttavia tekijöitä. Näitä ovat esimerkiksi tekniset, taloudelliset, sosiaaliset ja poliittiset tekijät. Voimakkaimmin vaikuttava tekijä on tekninen kehitys. Uudet materiaalit ja valmistusmenetelmät syrjäyttävät vanhat ja kehityksessä mukava pysyvät yritykset keräävät voitot. Taloudellinen kehitys heijastuu yritystoimintaan etenkin tuotannontekijöiden kautta. Mikroyritysten kannalta tärkein tekijä on raaka-aineet ja hieman isompien yritysten myös työvoima. Raaka-aineiden hinnanvaihtelut ja työvoimapula saattavat vaikuttaa voimakkaasti yrityksen toimintaan. Elintason nousu mahdollistaa myös yrityksen kasvun asiakkaiden ostokyvyn noustessa. Väestön sosiaalirakenteessa tapahtuvat muutokset vaikuttavat kuluttajamarkkinoihin muuttamalla kuluttajaryhmien rakennetta ja määrää. Ihmisten lisääntynyt vapaa-aika ja kulutustottumusten muutokset vaikuttavat myös yritysten toimintaan. Poliittisista tekijöistä vahvimmin nousussa on ympäristön suojeleminen ja kestävä kehityksen periaatteet. Lisäksi Suomen EU-jäsenyys vaikuttaa jonkin verran yritysten toimintaan säädösten muodossa. (Kinkki & Lehtisalo, 1999, 105–109.)

Jos liikeidean kehittäminen tyhjästä tuntuu työläältä, mutta yrittäjyys tuntuu silti houkuttelevalta vaihtoehdolta, voi ketjuyrittäjyys eli franchising olla sopiva vaihtoehto yrittäjyyteen. Franchising-yrittäjyys on ulkomailla suuressa kasvussa ja myös Suomesta löytyy jo useita ketjuyrityksiä. Ketjuyrityksen ideana on levittää toimivaa liiketoimintamallia toisille paikkakunnille ja jopa toisiin maihin. Esimerkiksi McDonald's hampurilaisravintoloita löytyy jo ympäri maailmaa. On kuitenkin muistettava, että vaikka ketjuyritys menestyykin toisaalla, sen siirtäminen toiselle paikkakunnalle ei välttämättä ole taie menestymisestä. Ympäristötekijät on otettava huomioon myös ketjuyritystä mietittäessä. Valmiin konseptin johtaminen ei myöskään vapauta yrittäjää kaikista strategisista valinnoista. Ennen franchising-yrittäjäksi ryhtymistä tulisi osata arvioida huolellisesti liiketoimintamallia ja ketjutoimintaa. Etenkin voitontekoon kannattaa kiinnittää huomiota, sillä kaikki ketjut eivät välttämättä ole oikeudenmukaisia voittojen suhteen. Syytä on myös selvittää katteiden eli tuloksen muodostuminen, millainen brändi on kyseessä, millainen kilpailuetu ketjulla on ja millaisten sääntöjen puitteissa toimitaan. Jatkuvuuden kannalta on hyvä selvittää johdon pitkän tähtäimen suunnitelmia esimerkiksi laajentumisen suhteen. Lisäksi on varmistettava, että myös

tulevaisuudessa on kysyntää juuri valitulle konseptille. (Kinkki & Lehtisalo, 1999, 105–109.)

Suomessa yrittäjäksi ryhtyvä saa valita itse toimialansa ja paikkakunnan, jonne yrityksen perustaa. Paikkakuntaa mietittäessä olisi hyvä ottaa huomioon mm. asiakkaiden sijainti, kuljetusyhteydet ja tavarantoimittajien sijainti ja toimitilojen saanti. Toisinaan julkinen valta voi tukea esimerkiksi kehitysalueille perustettavan yrityksen toimintaa. (Kinkki & Lehtisalo, 1999, 105–109.)

Perustettavalla yrityksellä on oltava toimiva liikeidea, joka vastaa kysymykseen: miten yritykseni menestyy? Liikeidean ei tarvitse olla uusi ja uraa uurtava. Idea oman yrityksen liikeidealle voi esimerkiksi syntyä jonkun jo olemassa olevan tuotteen tai palvelun kautta, jota uusi yrittäjä mahdollisesti kehittää eteenpäin toimivammaksi. Ulkomailta on myös lainattu konsepteja kotimaahan. Liikeidean ydin voi olla joko itse tuote, palvelutapa tai valmistusmenetelmä. Yrittäjän menestyminen riippuu hyvin pitkälle liikeideasta, joten sen tekemiseen ja suunnitteluun kannattaa käyttää aikaa. Jos liikeidean tekee nopeasti ja epätarkasti, se voi tulla myöhemmin kalliiksi. (Puustinen, 2004, 41–48.)

Liikeidean tarkoituksena on ratkaista yrityksen koko toimintaprosessi. Yrittäjän tulee selvittää, millaiset tilat yritys vaatii ja millaista kalustoa ja koneistoa se tarvitsee toimiaukseen. Koneita voi myös vuokrata tai ostaa käytettynä, joten kaikkea ei tarvitse ostaa uutena. Raaka-aineiden laatu ja määrä on myös hyvä selvittää ja tarvittavan henkilökunnan määrä. Lisäksi tulisi miettiä ostojen tekeminen käytännössä ja maksuliikenteen hoitaminen ja seuraaminen. Tuotannon suhteen on hyvä pohtia varaston suuruutta tai ylipäättään varaston tarvetta sekä tuotekehitystä ja maksuvalmiuden seuranta. Asiakkaiden suhteen on mietittävä, miten asiakkaisiin pidetään yhteyttä, miten sovitaan hinnoista, kuinka laskutus järjestetään ja seurataan myyntisaamia sekä kuinka hoidetaan laskujen karhuaminen. Lisäksi on syytä miettiä miten toimitaan esimerkiksi hinta- tai laatuksymyksiä koskevissa riitatilanteissa. Asiakkaiden kohdalla on myös mietittävä keitä asiakkaat ovat ja missä he sijaitsevat. Lisäksi heidän on saatava tietoa yrityksen tarjoamista tuotteista tai palveluista. (Puustinen, 2004, 41–48.)

Liikeidean huolellisen valmistelun jälkeen yrityksen on tehtävä myös liiketoimintasuunnitelma, joka kertoo yrityksen toimintasuunnitelman ja syventää liikeideaa. Liiketoimintasuunnitelma on yrittäjän työkalu, joka on päätöksenteon tuki ja jonka avulla

yrittäjä voi tarkastella oman yrityksensä suuntaa ja tarvittaessa palata takaisin alkuperäiseen suunnitelmaan liikeidean toteutuksessa. Suunnitelmasta olisi hyvä löytyä ainakin tiivistelmä, markkina-analyysi, rahoitussuunnitelma ja riskianalyysi. (Puustinen, 2004, 61–63.)

Markkina-analyysin tarkoituksena on selvittää perustettavan yrityksen toimialaa, sen kilpailutilannetta, kasvua ja kausivaihtelua. Myös alan tulevaisuuden ennustaminen kuuluu osaksi sitä. Asiakkaiden analysoinnissa heidät voidaan tarpeen mukaan jakaa eri segmentteihin esimerkiksi iän ja sukupuolen mukaan ja kohdistaa näin markkinointia halutulle kohderyhmälle. Tärkeää on myös miettiä asiakkaiden ostokäyttäytymistä ja mikä on ratkaiseva tekijä ostopäätöstä tehtäessä. Se voi esimerkiksi olla hinta, laatu tai mielihyvä. Myös kilpailijoita on syytä tutkia. Kilpailijoiden asema markkinoilla ja heidän tuotteidensa tai palvelujensa laatu sekä kannattavuus ovat asioita, joihin on syytä kiinnittää huomiota. Toimintaympäristön analyysissä voi huomioida sekä kilpailijoiden, että oman yrityksen vaikutukset toimintaympäristössä esimerkiksi työllisyysvaikutusten kautta. Markkina-analyysin lopuksi on myös syytä miettiä sellaisia tekijöitä, jotka saattavat rajoittaa uuden yrityksen markkinoille tuloa. Tällaisia voivat olla esimerkiksi jonkun toisen yrityksen vahva markkina-asema, hillitön hintakilpailu tai suuret alkuinvestoinnit. (Puustinen, 2004, 62–64.)

Yrityksen työkalut, joilla se aikoo menestyä markkinoilla, kuvataan liiketoimintasuunnitelman Oman yrityksen kuvaus-osiossa. Strategian kuvauksessa kerrotaan yrityksen perustietojen lisäksi mitä yritys aikoo tehdä ja millaisille asiakkaille. Tuotteiden tai palvelujen osalta on syytä kuvata mitä yritys tekee, millaisia tarpeita niillä tyydytetään, miten tuotteet valmistetaan, miten ne eroavat kilpailijoiden vastaavista ja millaista teknologiaa yrityksellä on käytössä. Tärkeää on arvioida myös hinnoittelua, myyntiä ja markkinointia. Kun tuotteen hinta on kohdallaan, myynti toimii ja markkinointi tavoittaa oikeat ihmiset, yrityksellä on varma pohja toiminnan aloittamiselle. (Puustinen, 2004, 66.)

Liikeidea on perustettavan yrityksen kulmakivi. Ilman hyvää ja toimivaa liikeideaa yrityksellä ei ole mahdollisuuksia menestyä ja toimia. Vaikka liikeidean kirjoittaminen ja pohtiminen voikin olla työlästä ja aikaa vievää, on se kuitenkin tehtävä huolella, koska myöhemmässä vaiheessa yrittäjä voi peilata omaa toimintaansa siihen ja pysyä oikeilla raiteilla yrityksen eteenpäin viemiseksi. Liikeideaa kirjattaessa kannattaa hyödyntää kaikki mahdolliset keskustelumahdollisuudet esimerkiksi ystävien ja sukulaisten kanssa. Usein käy niin, että yrittäjä sokaistuu omalle idealleen, eikä näe kaik-

kia hyviä tai huonoja puolia ideassaan. Hyvin suunniteltu liikeidea auttaa myös rahoituksen hakemisessa. Kun kaikki tarpeellinen on kirjattu huolellisesti paperille ja liike-toimintaa ajateltu monelta kantilta, luo se myös rahoittajille hyvän ja vastuullisen kuvan yrittäjästä. (Puustinen, 2004, 61–63.)

2.3 Yrityksen sidosryhmät

Toimiakseen hyvin ja kannattavasti yritys tarvitsee ympärilleen joukon sidosryhmiä, jotka mahdollistavat yrityksen toiminnan. Sidoryhmiä voivat olla esimerkiksi omistajat, johto, työntekijät, rahoittajat, tavarantoimittajat, kunnat ja valtiot sekä asiakkaat. Vuorovaikutuksen tiiviys vaihtelee eri sidoryhmistä riippuen. Ilman työntekijöitä ja tavarantoimittajia yrityksellä ei ole mitään mahdollisuutta toimia, joten suhteet elintärkeisiin sidoryhmiin on pidettävä kunnossa. Mikroyrityksen näkökulmasta yrittäjä on myös usein yrityksen johtaja, joten hänen omat resurssinsa vaikuttavat voimakkaasti sidoryhmien muodostamiseen ja niiden ylläpitämiseen, kun vastuu yritystoiminnasta on yksin yrittäjän harteilla. Johtajan lisäksi yksityisyrittäjä on myös yrityksen sijoittaja, myyjä ja tekijä. (Kallio, Ripatti & Tanni, 2008, 34–35.)

Kaikki sidoryhmät vaativat yhteistyöstä yrityksen kanssa myös jotakin vastiketta. Kukaan ei tee hyväntekeväisyyttä yritykselle. Yritys ja sidoryhmät käyvät eräänlaista vaihtokauppaa asioidessaan keskenään. Yritys saa palveluja, tietoa ja pääomaa sidoryhmiltään ja vastaavasti sidoryhmät saavat yritykseltä esimerkiksi palkkoja, hyödykkeitä ja veroja. Panos ja vastike voidaan määritellä kertaluonteisesti yrityksen ja sidoryhmän välillä tai sopimus voidaan tehdä pidemmäksi aikaa esim. työntekijöiden kesken solmittavat työsopimukset. Tietyt panos-vastike parit määrätään lailla. Esimerkiksi veroja on jokaisen maksettava ilman erillistä sopimusta yrityksen ja valtion välillä. (Kinkki & Lehtisalo 1999, 46–57.)

Yritystä perustettaessa omistaja on avainasemassa. Jos omistajalta ei löydy riittävästi omaa pääomaa, voi ulkopuolisen rahoituksen saanti osoittautua hankalaksi. Omistajina voivat toimia niin yksityiset henkilöt kuin esimerkiksi toiset yritykset tai valtio. Omistaja sijoittaa yritykseen rahaa ja odottaa saavansa sijoitukselleen voitto-osuutta, jonka hän voi nostaa itselleen voitto-osuutena. Yrityksessä voi olla yksi tai useampi omistaja ja he voivat olla täysin erillään yrityksen johdosta. Toisin sanoen yrityksen johdossa ovat aivan eri henkilöt kuin yrityksen omistajat, jolloin omistajat toimivat sijoittajaomistajina. Tällöin on syytä huolehtia informaation kulusta erittäin huolellisesti, koska ohjeita yritykseen tulee kahdesta suunnasta, johdolta ja omistajilta. Pienissä

y yrityksissä on usein vain yksi omistaja, jolla on suuri valta yrityksen toiminnassa. Haittapuolena yrittäjän taloudellinen tilanne on sidottu yrityksen menestymiseen ja ulkopuolisia rahoittajia tarvitaan yrityksen alulle saamiseksi. (Kinkki & Lehtisalo 1999, 46–57.)

Harva yritys pärjää pelkästään omalla pääomalla vaan tarvitsee lisäksi vierasta pääomaa. Tätä yrityksille tarjoavat erilaiset rahoittajat kuten rahalaitokset, vakuutuslaitokset tai yksityiset yritykset tai ihmiset, jotka lainaavat yritykselle rahaa. Tämä vieras pääoma on maksettava korkojen kanssa takaisin sen myöntäjälle esimerkiksi pankille. Koska sekä rahoittajille, että yritykselle on tärkeää sen menestyminen, tarjoavat rahoittajat mielellään myös asiantuntemusta sekä yrityksen perustamistoimiin, että yrityksen hoitamiseen jatkossa. Siksi onkin tärkeää, että vuorovaikutus on säännöllistä ja aktiivista rahoittajien kanssa. Rahoittajan valta ulottuu yleensä vain rahoitusehtoihin, joita ovat rahoituksen määrä, korko ja takaisinmaksu. Toisinaan rahoittaja voi myös määrätä, mihin hänen pääomansa sijoitetaan. Aloittava yrittäjä voi anoa myös starttirahaa, jonka tarkoituksena on turvata yrittäjän taloudellista tilannetta ja lisätä työllisyyttä. (Kinkki & Lehtisalo 1999, 46–57.)

Yrityksen johdon tehtävänä on ohjata yrityksen toimintaa. Johto voi koostua samoista ihmisistä kuin yrityksen omistajat ja varsinkin pienissä yrityksissä näin usein on. Johdon tehtävänä on suunnitella yrityksen toimintaa, valvoa sitä ja yhdistellä tuotannon tekijöitä kannattavasti. Ammattitaito, tieto ja kokemus ovat hyvän johdon tunnuspiirteitä. Vastikkeena johto saa hyvästä työstä tietysti palkkaa ja muita etuuksia. Muihin sidosryhmiin nähden johto pyrkii pitämään yllä suhteita niihin ja neuvottelemaan mahdollisimman kannattavia sopimuksia molempien osapuolien kannalta. Toisinaan johto joutuu ottamaan myös suuria riskejä ohjauspäätöksiä tehdessään ja olemaan niistä myös vastuussa. Yksityisyrittäjänä henkilö on yksin yrityksensä johtaja. Hänen pitää saada hoidettua kaikki vaadittavat asiat ja kantamaan yksin vastuuta. Yrittäjäomistajan vastuulla on tuotteen tai palvelun aikaansaaminen, asiakkaiden hankkiminen, resurssien varmistaminen ja etenkin tavoitteiden asettaminen. Asiakkaat, oma kilpailuetu ja voitontavoittelu mielessä ei yleensä ajaudu hirveän paljon metsään. (Pyykkö, 2011, 51.)

Suhde tavarantoimittajiin on asiakassuhde. Yritys on asiakkaana ostaen esimerkiksi kirjanpito-, siivous-, tai huolintapalveluja tai raaka-aineita, koneita ja laitteita maksaen niistä kauppahinnan. Yrityksen olisi syytä pyrkiä pitkäaikaisiin suhteisiin samojen tavarantoimittajien kanssa hyvän toimittajan sattuessa kohdalle. Tällöin yritys voi olla

lähes varma saapuvan tavaran laadusta ja toimitusvarmuudesta. Lisäksi yrityksen on hyvä kiinnittää huomiota tuotteen hinta-laatusuhteeseen tavarantoimittajaa itselleen valitessaan. (Kinkki & Lehtisalo 1999, 46–57.)

Ilman ammattitaitoista henkilökuntaa yrityksen on hankala toimia ja laajentua. Työntekijä myy yritykselle oman ammattitaitonsa ja saa siitä vastikkeena palkkaa ja mahdollisesti myös muita etuuksia. Nykyään hyvin usein tavallinen työntekijä saattaa saada myös enemmän vastuuta kuin vastaavassa tilanteessa muutamia vuosia taaksepäin. Motivoiva ja tarpeeksi haasteellinen työ onkin nykyään yhä useamman työntekijän haaveissa. Työttömyyttä vastaan käytävässä taistelussa kaiken kokoisilla yrityksillä tulee olemaan tulevaisuudessa suuri rooli työllistäjänä. Mikroyrityksissä yrittäjä on usein yrityksensä ainut työntekijä, mutta silloinkin yrittäjän on oltava alansa ammattilainen. Tekijänroolissa yrittäjän on tehtävä paljon oikeita asioita tuloksen aikaansaamiseksi. Tärkeää on löytää tasapaino töiden järjestämisen ja tekemisen välillä. Tekijämäinen ote yrittäjyydessä vaatii itsensä likoon laittamista ja positiivista suhtautumista haasteisiin. Usein tällainen tekijä luo ympärilleen aikaansaamisen kulttuuria, joka vaikuttaa myös muihin sidosryhmiin positiivisesti. (Pyykkö, 2011, 54–55.)

Mikään yritys ei selviä ilman asiakkaita. He ostavat yrityksen tuotteita tai palveluita ja maksavat niistä rahaa, jota yritys tarvitsee. Asiakkaina voivat toimia niin yksityiset henkilöt kuin toiset yrityksetkin. Asiakkaat ostavat tuotteita, jotka tyydyttävät heidän tarpeensa. Siksi onkin tärkeä tuntee asiakkaansa ja tietää, mitä he kulloinkin tarvitsevat tarpeidensa tyydyttämiseen. Asiakaskyselyillä voi esimerkiksi kartoittaa asiakkaiden mielipiteitä olemassa olevista tuotteista tai palveluista ja vastausten pohjalta tehdä tarvittavia muutoksia. Tärkeää on saada selville, onko asiakas todella sisäistänyt ajatuksen ostaa juuri tietty tuote vai onko asiakas vielä käyttötarve-asteella, eli hän vain suunnittelee yleisesti esimerkiksi auton ostoa. Välinetarve taas tapahtuu käyttötarpeen sisällä, kun asiakas alkaa suunnitella automerkkiä ja mallia itselleen. On siis tärkeää tietää, missä vaiheessa asiakkaan tarveajattelu on. Asiakkaalle on turha myydä Volvo-merkkistä autoa, jos hän ei edes koe tarvitsevansa autoa. (Pyykkö, 2011, 189.)

Asiakkailta voidaan saada myös tietoa, jonka pohjalta voidaan kehittää jakelua, mainontaa tai vaikkapa huoltoa. Vastikkeena antamistaan tiedoista asiakkaat haluavat palautteensa mukaisia korkealaatuisia ja kohtuuhintaisia tuotteita. Nykyään yrityksen tulisi pystyä palvelemaan asiakkaitaan pelkkää tuotteen myyntiä pidemmälle mm. huoltojen ja jälkimarkkinoinnin kautta. Asiakasrekisterin avulla asiakas-sidosryhmän

ylläpitäminen ja suhteiden ylläpitäminen onnistuu helpommin kuin jos yrityksellä ei olisi minkäänlaista tietoa omista asiakkaistaan. (Kinkki & Lehtisalo 1999, 46–57.)

Valtio ja kunnat muodostavat julkisen vallan. Vaikka Suomessa on yrittämisen vapaus, joudutaan etenkin tietyillä aloilla toimintaa ohjaamaan ja rajoittamaan julkisen vallan toimesta. Kaikkien yrittäjien on noudatettava tietyjä lakeja ja asetuksia. Julkinen valta ei kuitenkaan ainoastaan valvo lakien ja asetusten noudattamista vaan voi esimerkiksi valtion taholta tarjota yritykselle rahoitusta ja kunnat voivat tarjota yrityksille edullisempia tontteja tai toimitiloja. Yritys joutuu maksamaan valtiolle ja kunnalle tulo- ja varallisuusveroa ja veroja maksavat myös yrityksen työntekijät. Verorahoilla julkinen valta rahoittaa julkisia palveluita ja kunnostaa ja ylläpitää tieverkostoa ja esimerkiksi terveydenhoito- ja koulutuspalveluja. Nämä hyödyttävät myös yritystä sekä sen työntekijöitä. (Kinkki & Lehtisalo 1999, 46–57.)

Samalla alalla työskentelevät yritykset ovat kilpailijoita keskenään. Kilpailu pakottaa yrityksiä erilaistumaan ja erottumaan toisistaan. Yritykset ikään kuin aktivoivat toinen toisiaan kehittymään. Kilpailijoista on hyvä tietää ainakin hintataso ja ylipäättään se, millä kyseisillä markkinoilla voi kilpailla. Toisinaan voi olla epäselvää, ketkä ovat kilpailijoita keskenään. Joskus joku taho voi olla toisessa asiassa kilpailija, mutta toisessa yhteistyökumppani. Asiakkaan silmissä suorat kilpailijat tarjoavat samaa tuotetta tai palvelua, kun taas epäsuorassa kilpailussa kilpailija voi olla esimerkiksi mikä tahansa tuote, joka maksaa saman verran. Kahvilalle epäsuora kilpailija voi olla mikä tahansa muu paikka, jossa ihmiset voivat viettää vapaa-aikaansa. Taistelu asiakkaista voi olla raivoisaa ja heikot yritykset jäävät nopeasti jalkoihin nopeasti muuttuvilla markkinoilla. Olemassa olevat yritykset voivat olla etulyöntiasemassa esimerkiksi tuotantokoneiston tai tuotekehittelyn turvin ja jopa sulkea kokonaan uusien tulokkaiden mahdollisuudet päästä markkinoille. Olemassa olevien yritysten puolella ovat myös brändi ja asiakasuskollisuus. Kilpailijan tuotteiden tai palvelujen tunteminen on tärkeää yritykselle, jotta se pystyy erilaistamaan omia tuotteitaan tai palvelujaan ja tarjoamaan omille asiakkailleen jotakin uutta ja erilaista verrattuna kilpailijoihin. Mahdollisesti se saa samalla myös uusia asiakkaita. Yrityksen on pystyttävä antamaan sellainen lupaus kuluttajille, että se poikkeaa niin vahvasti jo olemassa olevista, että kuluttajat siirtyvät uuden yrityksen asiakkaiksi. Kuitenkaan aina kilpailijat eivät ole sotajalalla toisiaan kohtaan vaan esimerkiksi vientiyritykset voivat tehdä yhteistyötä. (Pyykkö, 2011, 237–238.)

Yrityksen toimintaan vaikuttaa myös esimerkiksi työmarkkinajärjestöt ja oppilaitokset. Oppilaitokset voivat tuottaa yritykselle esimerkiksi tutkimustietoa ja odottavat siitä vastikkeeksi tukea omalle toiminnalleen esimerkiksi harjoittelupaikkojen ja yhteistyön merkeissä. Myös tiedotusvälineet voidaan lukea yhdeksi sidosryhmäksi. Tiedotusvälineitä voidaan käyttää tehokkaasti markkinoinnissa ja tiedon levittäjänä esimerkiksi muille sidosryhmille. (Kinkki, Lehtisalo 1999, 46–57.)

2.4 Yritysmuodon valinta

Yritysmuodon valinta on tehtävä yrityksen tarpeiden mukaisesti. Siihen vaikuttavat mm. oman- ja vieraanpääoman tarve, toiminnan tarkoitus ja laajuus sekä yrityksen osallisten määrä. Apua yritysmuodon valintaan saa esimerkiksi uusyrityskeskuksilta ja TE-keskukselta. Yritystoimintaa voi Suomessa harjoittaa toiminimellä, avoimessa yhtiössä, kommandiittiyhtiössä, osakeyhtiössä tai osuuskunnassa. (Ilmoniemi & Järvensivu 2009, 65–141.)

Yhden ihmisen yritykset tai pienet perheyrietykset toimivat usein toiminimellä. Tällöin yksityinen henkilö, jonka on oltava myös yrityksen haltija, hoitaa päätöksenteon ja kantaa vastuun yrityksestään yksin. Hän voi nostaa yrityksen varoja yksityiseen käyttöönsä, mutta samalla hän vastaa omalla omaisuudellaan yrityksen veloista. Toiminimen perustaminen onnistuu todella helposti ja nopeasti. Yrittäjän täytyy tehdä vain ilmoitus kaupparekisteriin ja verohallinnolle. (Ilmoniemi & Järvensivu 2009, 65–141.)

Avoimen yhtiön perustamisessa tarvitaan vähintään kaksi tasavertaista yhtiömiestä. Nämä henkilöt sopivat keskenään yrityksen perustamisesta ja jakavat vastuut keskenään tasan tai sopivat niistä yhtiösopimuksessa. Avointa yhtiötä perustettaessa on tehtävä perusilmoitus kaupparekisteriin, johon liitetään kirjallinen yhtiösopimus. Yhtiömiehet voivat hoitaa avoimen yhtiön asioita ilman toisen yhtiömiehen läsnäoloa. Avoimeen yhtiöön voidaan myös valita joku ulkopuolinen henkilö toimimaan toimitusjohtajana ja hoitamaan yhtiön juoksevia asioita. Yhtiömiesten ei ole pakko sijoittaa yhtiöön rahaa, mutta heidän on silti hoidettava yhtiösopimukseen kirjattu yhtiöpanos. Tavallisesti tämä käsittää vain työpanosta, mutta voi olla myös rahaa tai tavaraa. Avoimen yhtiön pääoma on yhtiömiesten vapaasti käytettävissä. Yhtiömiehet ovat henkilökohtaisesti vastuussa yhtiön varoista ja veloista. (Ilmoniemi & Järvensivu 2009, 65–141.)

Kommandiittiyhtiö eroaa avoimesta yhtiöstä siinä, että kommandiittiyhtiössä on sekä vastuunalaisia yhtiömiehiä, että äänettämiä yhtiömiehiä. Äänetön yhtiömies sijoittaa yhtiöön pääomaa, mutta ei voi osallistua yhtiön asioiden hoitamiseen. Hän saa yhtiösopimuksen mukaisesti voitto-osuutta sijoittamalleen pääomalle. Tappiutilanteissa vastuunalaiset yhtiömiehet ovat siitä vastuussa ja äänetön yhtiömies vain sijoittamallaan pääomalla. Kommandiittiyhtiön perustaminen hoituu samalla tavalla kuin avoimen yhtiön. (Ilmoniemi & Järvensivu 2009, 65–141.)

Suuret tai keskisuuret yritykset ovat tavallisesti osakeyhtiöitä. Osakeyhtiössä osakkeenomistajat ovat vastuussa vain yritykseen sijoittamallaan pääomalla. Kuitenkin pienissä osakeyhtiöissä yrittäjä toimii itse lainojen takaajana ja on sitä kautta vastuussa yrityksensä varoista. Voitot jaetaan osakkeenomistajille osinkoina ja yhtiön palveluksessa oleva osakkeenomistaja saa lisäksi palkkaa työstään. Yksityisen osakeyhtiön vähimmäisosakepääoma on 2 500 euroa ja julkisen 80 000 euroa. Osakeyhtiölaki määrää mm. yhtiövarojen jakamisesta ja yhtiöjärjestyksestä. Jokainen osakkeenomistaja voi käyttää päätösvaltaansa yhtiökokouksessa. Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi henkilö ja sen perustamiseksi pitää laatia kirjallinen perustamis-sopimus, johon merkitään jokaiselle jäsenelle tietty määrä osakkeita. Perustamisso-pimukseen tulee liittää myös yhtiöjärjestys. Osakeyhtiö on virallisesti olemassa vasta kaupparekisterimerkinnän jälkeen. Ilman hallitusta osakeyhtiö ei voi toimia. Hallitus vastaa, että yhtiön kirjanpito ja varainhoito on asianmukaista ja huolehtii myös juok-sevista hallinnonasioista. Juoksevista asioista huolehtimaan voidaan nimetä myös toimitusjohtaja. (Ilmoniemi & Järvensivu 2009, 65–141.)

Osuuskunnan voi perustaa vähintään kolme luonnollista henkilöä, jotka tulevat osuuskunnan jäseneksi. Osuuskunnan tarkoituksena ei ole jakaa voittoa vaan toimia tukena elinkeinonharjoittajille esimerkiksi tarjoamalla heille tuotteita tai palveluita. Mahdolliset voitot voidaan jakaa jäsenille vain jos se sallitaan säännöissä. Osuus-kunnan perustamiseksi laaditaan perustamiskirja, joka sisältää mm. säännöt ja perus-tajien osuudet. Myös osuuskunta on ilmoitettava kaupparekisteriin. Perustajat sijoitta-vat osuuskuntaan pääomaa joko rahana tai muun omaisuuden muodossa ja sijoituk-siaan vastaan hän saa osuuksia. Osuuskunnat jäsenet eivät ole henkilökohtaisessa vastuussa osuuskunnan veloista ellei säännöissä määrätä lisämaksuvelvollisuudesta. Tällöin osuuskunnan mennessä konkurssiin ja sen omien varojen ollessa riittämättö-mät velkojen maksuun, voidaan rahat periä osuuskunnan jäseniltä. Pääoma koostuu jäsenten samansuuruisista osuusmaksuista. Osuuskunnan toimieliminä toimivat

osuuskunnan kokous, hallitus ja tarvittaessa myös toimitusjohtaja. (Ilmoniemi & Järvensivu 2009, 65–141.)

2.5 Yrityksen rahoitusvaihtoehtoja

Moni aloittava yrittäjä karttaa velkaantumista ja pyrki aloittamaan yritystoiminnan hyvin pienellä pääomalla, joka on joko itse säästettyä tai tuttavilta ja sukulaisilta hankittua. Jos yrityksen saa pyörimään niukalla pääomalla, hyvä niin, mutta toisinaan yrittäjän velkaantumisen pelko ja rahojen loppuminen saavat yrityksen luovuttamaan jo ennen kunnon alkua. Myös rahoitusvaihtoehtojen heikko tuntemus ja tiedonpuute saavat monet pienet yritykset luovuttamaan liian aikaisessa vaiheessa. (Puustinen 2004, 73–77.)

Julkinen sektori tarjoaa etenkin uusille yrityksille avustuksia esimerkiksi starttirahan ja investointituen muodossa. Aloittava yrittäjä voi saada myös edullista lainaa julkiselta sektorilta. Yksityiset sektorit kuten esimerkiksi pankit puolestaan tarjoavat hieman kalliimpaa lainarahaa. Tulipa laina sitten julkiselta tai yksityiseltä sektorilta, se on aina yritykselle vierasta pääomaa. Lainan myöntäjät vaativat asiakkailtaan vakuuksia lainan saannin ehdoksi. Vieras pääoma ei ole yrityksen omaa rahaa, vaan se on aina maksettava takaisin korkojen kanssa. Se hyöty vieraasta pääomasta kuitenkin on, että sen myöntäjä ei puutu yrityksen liiketoimintaan, jos yrittäjä hoitaa asiansa hyvin. Oman pääoman sijoittaja puolestaan tulee osaksi yritystoimintaa ja vaatii voittoja sijoittamalleen rahalle. Lisäksi hän käyttää valtaansa omistusosuutensa mukaan ja on näin mukana konkreettisesti yrityksen toiminnassa. (Puustinen 2004, 73–77.)

Valtion tuki yrittäjille voi tulla suorien tukien, avustusten, lainojen ja takausten muodossa. Seuraavat tahot auttavat yrityksiä rahallisesti: Kauppa- ja teollisuusministeriön alaiset alueelliset ELY-keskukset, Teknologian kehittämiskeskus Tekes, erityisrahoitusyhtiö Finnvera, Teollisuussijoitus TeSi, Eduskunnan alainen pääomasijoittaja Sitra ja Suomalaista vientiä tukeva Finnfund. Toisinaan myös alueelliset kehitysyritykset ja kunnat rahoittavat yrityksiä. Myös kasvualueiden ulkopuolelle keskittyvät EU-projektit saattavat tarjota rahoitusmahdollisuuksia yrityksille. Starttirahaa pystyy hakemaan kuka tahansa uutta yritystä perustava henkilö. Starttiraha on tarkoitettu yrittäjän elämiseen, eikä yrityksen perustamiskustannuksiin. (Puustinen 2004, 73–77.)

ELY-keskukset tukevat pk-yritysten perustamista, kasvua ja kehittymistä tarjoamalla neuvonta-, koulutus- ja kehittämispalveluja sekä rahoitusta. Aloittava yrittäjä voi esimerkiksi viedä liiketoimintasuunnitelmansa arvioitavaksi ELY-keskukseen ja hoitaa kaikki tarvittavat perustamistoimenpiteet keskuksen kautta. Keskukset tarjoavat myös apua yrityksen kasvussa esimerkiksi kansainvälistymisessä tai uusien työntekijöiden kouluttamisessa. EU-rahoituksen hakeminen tapahtuu myös ELY-keskusten kautta. Keskus on merkittävä EU-rahoituksen myöntäjä ja se myöntää rahoitusta seuraavista rahastoista: Euroopan aluekehitysrahasto (EAKR), Euroopan sosiaalirahasto (ESR), Euroopan maaseuturahasto ja Euroopan kalatalousrahasto (EKTR). ELY-keskukset tukevat erityisesti naisyrittäjiä, sillä heillä on meneillään hanke, jonka tarkoituksena on nostaa naisyrittäjien määrä 40 %:n kaikista yrittäjistä. Hanke keskittyy työhyvinvointiin, liiketoimintaosaamiseen ja yrittäjien sijaispalveluihin. (Pohjanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus.)

Tekes eli teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus tarjoaa pk-yrityksille rahoitusta projektimuotoiseen kehittämistoimintaan. Kehittämistoiminta voi keskittyä esimerkiksi tuotteisiin ja menetelmiin, yrityksen toimintatapoihin ja johtamiseen tai palveluihin ja uusiin liiketoiminta-alueisiin. Nuoret ja innovatiiviset kasvuyritykset voivat saada lisäksi Tekesiltä rahoitusta myös kattavaan liiketoiminnan kehittämiseen. Tekes ei rahoita tavanomaista yritystoimintaa, vaan yrityksellä tulee olla jotain uutta ja innovatiivista tarjottavaa, jotta Tekes ryhtyy sitä rahoittamaan. (Tekes.)

Finnvera tukee yrityksiä tarjoamalla lainoja, takauksia, pääomasijoituksia ja vientitakuuta sekä yrityksen alkuvaiheissa kuin myös sen kasvaessa ja laajentuessa, myös ulkomaankauppaan ja kansainvälistymiseen. Aloittavalle yritykselle Finnvera voi antaa tukea esimerkiksi pääomasijoittamisen, lainan tai takauksien kautta. Lainan voi saada joko investointeja varten tai käyttöpääomaksi. Kehittyvät yritykset voivat saada lainaa tai takauksia joko kasvun rahoittamiseen, kehittämisen rahoittamiseen tai muutostilanteisiin. Kansainvälistymiseen on myös tarjolla lainaa ja takauksia ja sen lisäksi Finnveran kautta voi hakea tukea myös Ulkoasianministeriön (UM) lähialuehankkeisiin suunnattua tukea. Tällä hetkellä UM rahoittaa Suomen ja Venäjän välisen yhteistyön kehittämistä. (Finnvera.)

TeSi eli Suomen Teollisuussijoitus Oy on valtion pääomasijoitusyhtiö, joka tukee suomalaisia yrityksiä pääomasijoitustoiminnan keinoin. TeSi sijoittaa sekä pääomasijoitusrahastoihin että suoraan kasvuyrityksiin. Pääomasijoitukset on tarkoitettu yritysten kasvun rahoittamiseen, kansainvälistymiseen, merkittäviin teollisiin

investointeihin sekä toimiala- ja yritysjärjestelyihin kaikilla toimialoilla. (Teollisuussijoitus.)

Sitra eli Suomen itsenäisyyden juhlarahasto on eduskunnan alainen riippumaton toimija, jonka tehtävä on määrätty Suomen laissa. Sen tehtävänä on edistää Suomen talouden vakaata kasvua ja kansainvälistä kilpailukykyä ja yhteistyötä. Sitra tekee suoraan yrityksiin pääomasijoituksia. Yritysten, jotka saavat Sitralta rahoitusta, tulee omata potentiaalia myös ulkomaankauppaan ja kuulua johonkin Sitran ohjelma-alueista, joita ovat energia, koneteollisuuden kasvu, kunta, julkishallinnon johtaminen ja maaseudun merkitykset. Sitra on sijoittanut pääomaa noin viiteenkymmeneen yritykseen, joihin on sijoitettu yhteensä noin 124 miljoonaa euroa. Suurin osa yrityksistä toimii lääketieteen toimialalla, seuraavina tulevat biotekniikka, teollisuustuotanto ja -palvelut. (Sitra.)

Finnfund eli Teollisen yhteistyön rahasto Oy rahoittaa kannattavia yksityisiä hankkeita kehitysmaissa ja Venäjällä. Rahoitettava yritys pitää perustaa kehitysmaiden tai Venäjän alueelle ja sillä on aina oltava suomalainen osakas tai joku muu suomalainen intressi. Lisäksi rahoitettavan yrityksen on oltava kannattava ja sen tulee pystyä luomaan myönteisiä kehitysvaikutuksia alueelle. Finnfund rahoittaa yrityksiä joko osakepääomasijoituksin, investointilainalla tai välirahoituksella tai näiden yhdistelmillä. Jos rahoitus tapahtuu osakepääomasijoituksena, Finnfund toimii aina vähemmistösjoittajana ja sijoittaa korkeintaan 30 % rahoitettavan yrityksen pääomasta. Yrityksen perustamis- tai laajennusvaiheessa rahoitus voi olla myös investointilaina, joka voi kattaa enimmillään n. kolmanneksen rahoitustarpeesta. Finnfund voi myös rahoittaa hankkeita yhdessä muiden yhteistyökumppaneidensa kanssa. (Finnfund.)

Suomessa on siis varsin hyvät mahdollisuudet saada rahoitusta uuteenkin yritykseen, jos oma pääoma on liian pieni alkuun pääsemiseen. Julkisella sektorilla on tarkemmin säädetty, millaiselle yritykselle rahoitusta myönnetään, mutta yksityiset rahoittajat kuten pankit eivät ole niinkään kiinnostuneita alasta, vaan siitä, että yrittäjä pystyy maksamaan lainansa takaisin ajallaan. Kuten kaikkien muidenkin asioiden suhteen, myös rahoituksen kanssa on oltava itse aktiivinen ja etsittävä juuri omalle yritykselle sopivia vaihtoehtoja. Kukaan ulkopuolinen ei tule tarjoamaan rahoitusta kotiovelle. (Puustinen 2004, 73–77.)

2.6 Yrityksen talouden muodostuminen

Yrityksen taloudellinen toiminta syntyy, kun yritys hankkii tarvitsemansa tuotantopanokset ja yhdistää ne tarkoituksensa mukaisesti tuotteeksi tai palveluksi. Tuotantopanosten hankkiminen aiheuttaa yritykselle menoja ja vastaavasti tuloja puolestaan saadaan, kun asiakkaat ostavat yrityksen aikaansaamia tuotteita tai palveluita. Usein yrityksellä ei ole alkuvaiheessa riittävästi pääomaa kattamaan kaikki aloitukseen tarvittavat hankinnat ja koska kassavirtaa ei vielä asiakkaiden suunnalta kerry, joutuu yrittäjä turvautumaan alkuun pääomarahoitukseen, joka voi olla vierasta (esim. pankkilaina) tai omaa pääomaa, jonka yrityksen omistajat ovat sijoittaneet yritykseen. Jotta yrityksestä tulisi terveellä pohjalla toimiva, on sen hyvä asettaa itselleen päämääriä, joihin pyrkii taatakseen vakavaraisen yritystoiminnan. Alkuun on hyvä asettaa tavoitteeksi, että on perustamassa kannattavaa yritystä. Yritystä on turha perustaa, jos on jo ennakkoon todennut, että tuotteelle tai palvelulle ei ole riittävää kysyntää. Kannattavuuden mittaamiseksi voi käyttää esimerkiksi myyntikateprosenttia, joka kertoo, kuinka paljon liikevaihdosta on jäänyt kiinteiden kulujen, poistojen, korkojen ja verojen kattamiseen. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 22–23, 32.)

$$\text{myyntikate-\%} = \frac{\text{myyntikate} \times 100}{\text{liikevaihto}}$$

Seuraavaksi on hyvä pyrkiä maksuvalmiuden takaamiseen eli siihen, että yritys pysyy selviytymään juoksevista maksusitoumuksista. Maksuvalmiuden mittaamiseksi on olemassa oma tunnusluku, jota kutsutaan Quick Ratioksi (QR). (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 22–23, 32.)

$$\text{maksuvalmius} = \frac{\text{saamiset+rahat ja pankkisaamiset}}{\text{lyhytaikaiset velat}}$$

Kolmanneksi tavoitteeksi yrityksen on hyvä asettaa omavaraisuuden varmistaminen. Yritys on hyvällä mallilla silloin, kun sen omavaraisuusaste on yli 30 %. Tällöin sen koko pääomasta vähintään 30 % on omaa pääomaa ja yritys on vakavarainen. Liiallinen vieras pääoma ei tee pitkällä tähtäimellä hyvää yrityksen taloudelle ja sillä on suurempi riski joutua maksuvaikeuksiin. Mitä enemmän yrityksellä on omaa pääomaa, sitä parempi. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 32.)

$$\text{omavaraisuus-\%} = \frac{\text{oma pääoma}}{\text{koko pääoma}} \times 100$$

Yrityksen tulokseen vaikuttaa olennaisesti tuotteiden tai palveluiden hinnoittelu. Jos tuote myydään liian halvalla sen aiheuttamiin kustannuksiin nähden, ei yritykselle kerry riittävästi tuloja. Jokaiselle tuotteelle tai palvelulle onkin hyvä laskea tuotekustannukset, jotta myyntihinta saadaan kohdilleen. Tuotekustannuksia sanotaan muuttuviksi kustannuksiksi, koska ne ovat suhteessa käytettävien määrien kanssa. Kiinteät kustannukset eli kapasiteetikustannukset puolestaan ovat aina samat, eikä niihin vaikuta niiden käytön määrä tai toiminta-asteen vaihtelu. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 23–24.)

TAULUKKO 1. Esimerkki tuotekustannusten laskemisesta

Tuotteen X tuotekustannukset	
raaka-aineet	30,00€/kpl
Työ 1h	8,00€/kpl
Henkilösivukulut 50%	4,00€/kpl
<hr/>	
Yhteensä	42€/kpl

Kiinteitä kustannuksia voivat olla esimerkiksi työntekijöiden palkat sosiaalikustannuksineen, vuokrat (tilat, koneet jne.), myynnin kustannukset kuten mainonta, matkakustannukset, messut jne., hallintokustannukset kuten puhelin, Internet, kirjanpito jne. ja käyttö- ja ylläpitokustannukset (siivous, huoltotoimet). Lisäksi kiinteille kustannuksille on yhteistä se, että niitä ei voida suoraan kohdistaa tuotteille. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 24–25.)

TAULUKKO 2. Esimerkki kiinteiden kustannusten laskemisesta

Laskelma kiinteistä kustannuksista	
Oma palkka	
1200€/kk x 12	14400€/vuosi
Sosiaalikustannukset 25 %	3600€/vuosi
Toimitilan vuokra	3000€/vuosi
Muut kiinteät kustannukset	6400€/vuosi
<hr/>	
Yhteensä	27400€/vuosi

Laskemalla yritykselle kriittinen piste (KRP), saadaan tulokseksi vähimmäisliikevaihto vuodessa. Tällöin yrityksen tulos on nolla ennen korkoja ja veroja. Saatu tulos kertoo, paljonko yrityksen liikevaihdon on oltava, jotta se kattaa kokonaiskustannukset. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 26.)

$$\text{KRP} = \frac{\text{Kiinteät kustannukset}}{\text{myyntikate-\%}} \times 100$$

Myyntikateprosentti puolestaan saadaan, kun tuotteen myyntihinnasta vähennetään muuttuvat kustannukset ja tulos jaetaan tuotteen myyntihinnalla ja kerrotaan tämän jälkeen sadalla. Kriittisenpisteen avulla saadaan laskettua kuinka monta kappaletta tuotetta yrityksen tulisi myydä, jotta se saavuttaa nollatuloksen. Myyntimäärä saadaan, kun saatu liikevaihto jaetaan tuotteen myyntihinnalla. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 26.)

Ennen yrityksen perustamista on hyvä kartoittaa potentiaalisten asiakkaiden määrä, jotta pystytään ennustamaan mahdollisia myyntimääriä. Näiden pohjalta pystytään yritykselle tekemään tulosennuste, joka antaa suuntaa tulevasta. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 26–27.)

TAULUKKO 3. Esimerkki tulosennusteen laskemisesta

TULOSENNUSTE		
Myynti		
500kpl 123€/kpl		
(100€+ alv 23%)		61 500 €
ALV 23%		-11 500 €
Tavoiteliikevaihto		50 000 €
Muuttuvat kulut		
Aineet 500kpl 30€/kpl		
Palkat 500kpl 8€/kpl		
Sos. Kulut 50%/palkat		-21 000 €
Myyntikate		29 000 €
Kiinteät kulut		
Palkat	14 400 €	
Sos. Kulut	3 600 €	
Toimitilan vuokra	3 000 €	
Muut kiinteät	6 400 €	
Yht.		-27 400 €
Käyttökate		1 600 €
Käyttökate-%		3,20 %

Esimerkkilaskelmassa käyttökateprosentti on liian alhainen. Yrityksen olisi hyvä tavoitella vähintään kymmentä prosenttia käyttökatteessa. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 32.)

Yrityksen käyttöpääoman tarve ei tule pelkästään kassaan varatuista varoista. Rahaa on hyvä varata kassan lisäksi, myyntisaamisiin, varastoon ja ostovelkoihin. Seuraavat laskut ovat esimerkkejä esimerkkiluvuin. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 27–29.)

Esimerkissä on laskettu kahden viikon kassaan sitoutuva raha. 50 000 euroa on esimerkissä tavoiteliikevaihto.

Kassaan sitoutuva käyttöpääoma

$$\frac{2}{50} \times 50000 \text{€} = 2000 \text{€}$$

Vaikka myyntisaamisten ehtona olisikin 30 päivää, on hyvä ottaa laskelmissa huomioon, että maksuajat saattavat venyä. Esimerkissä on laskettu myyntisaamiset viidellä viikolla.

Myyntisaamisiin sitoutuva käyttöpääoma

$$\frac{5}{50} \times 50000 \text{€} = 5000 \text{€}$$

Raaka-ainevarasto on laskettu kolmen viikon tuotantoa vastaavaksi. 1500 euroa on arvioidut ainesostot.

Raaka-ainevarastoon sitoutuva käyttöpääoma

$$\frac{3}{50} \times 1500 \text{€} = 900 \text{€}$$

Raaka-aineiden hankinta tapahtuu keskimäärin 30 päivän maksuajalla eli n. neljän viikon ajalla. 15 000 euroa on arvioidut ainesostot.

Ostovelkojen vapauttama käyttöpääoma

$$\frac{4}{50} \times 15000 \text{€} = 1200 \text{€}$$

Kun kassaan, myyntisaamisiin ja varastoon sitoutuva pääoma lasketaan yhteen ja siitä vähennetään ostovelat, saadaan tarvittava käyttöpääoma eli tässä tapauksessa 6700€. Koko rahoitustarve saadaan, kun käyttöpääomaan lisätään vielä mahdolliset kone- ja tilainvestoinnit. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 27–29.)

Käyttökateprosentin lisäksi yrityksen kannattavuutta voi tarkkailla myös pääoman tuotto prosentilla (ROA), joka kertoo sijoitetun pääoman tuoton tilikauden ajalta. Se lasketaan seuraavalla kaavalla.

$$\text{ROA} = \frac{\text{nettotulos} + \text{korot}}{\text{koko pääoma}} \times 100$$

Kun yritykselle on saatu laskettua erilaisia tunnuslukuja, on myös hyvä tietää mitä luvut kertovat yrityksen taloudellisesta tilanteesta. Luvuille on onneksi tehty asteikkoja, jotka kertovat, onko kyseinen tunnusluku hyvä vai huono. Yrityksen tulisi pyrkiä mahdollisimman hyviin lukuihin, mutta karkeasti yrityksellä menee hyvin, jos pääoman tuotto prosentti on yli 15 %, käyttökateprosentti yli 10 % ja omavaraisuus yli 30 %. (Ikonen, Savikko & Ikonen 2010, 32.)

3 YRITYKSEN LIIKETOIMINNAN ALOITTAMINEN

3.1 Liiketoiminnan aloittamiselle välttämättömät toimenpiteet

Yleensä ensimmäinen taho, johon yritys on itse yhteydessä kaupparekisterimerkin jälkeen, on vakuutusyhtiö. Lakisääteiset vakuutukset on jokaisen yrittäjän hoidettava kuntoon, mutta niiden lisäksi on olemassa myös muita vapaaehtoisia vakuutuksia, joista osa saattaa silti olla välttämättömiä. Yksityisyrittäjälle ainut pakollinen vakuutus on lakisääteinen eläkevakuutus. Henkilöyrittäjällä vakuutus on YEL. Osakeyhtiön, jossa on vähintään kaksi omistajaa, vastaava vakuutus on TEL. Tämä vakuutus on pakollinen aivan yrityksen perustamisesta lähtien ja se on otettava viimeistään puoli vuotta yrityksen perustamisen jälkeen. Sivutoimisilla yrittäjillä tulorajan jäädessä vuodessa alle 5 504,14 euron, YEL-maksuja ei tarvitse suorittaa. YEL-maksu on 21,6 prosenttia yrityksen vuosityötuloista. Uudet yrittäjät saavat kuitenkin neljän ensimmäisen vuoden ajalta 25 prosentin alennuksen ollen näin 16,2 prosenttia. Jos yrityksellä ei ole tuloja, perustuu maksun suuruus yrittäjän omaan arvioon tulevista vuosituloista. Näin eläkemaksuja pystyy pienentämään arvioimalla tulot alakanttiin, mikä voi olla varsinkin ensimmäisinä vuosina varsin järkevää. YEL-maksut määrittävät Kelan myöntämien etuuksien suuruuden kuten esimerkiksi äitiyspäivärahan. Eläkemaksujen suuruus määrittää myös aikanaan saatavan eläkkeen suuruuden. Siksi maksujen laiminlyöminen voi kostautua myöhemmin. Jos eläkemaksut jäävät kokonaan maksatta, eläketurvakeskus ottaa vakuutuksen yrittäjän puolesta hänen kustannuksellaan ja tästä voi seurata pahimmassa tapauksessa jopa kaksinkertaiset eläkemaksut. (Puustinen 2004, 131–162.)

Omaa sosiaaliturvaa voi pakollisen eläkemaksun lisäksi kohentaa vapaaehtoisilla eläkevakuutuksilla ja tapaturma- ja henkivakuutuksilla. Tapaturmavakuutuksen hinta riippuu yrityksen toimialasta, sillä tapaturma-altiimmilla aloilla vakuutus on luontevasti kalliimpi kuin esimerkiksi toimistotyöntekijälle. Myös vakuutusturvan tasoon voi itse vaikuttaa ja sitä kautta myös vakuutusmaksujen suuruuteen. Vahinkovakuutus voi myös olla paikallaan, jos yritystä pyöritetään muualla kuin kotioloissa. Vahinkovakuutus korvaa koneille ja tiloille aiheutuneet mahdolliset vahingot esimerkiksi vesivahingon tai tulipalon takia. Kotitoimistoa suojaa kotivakuutus, joten erillistä vahinkovakuutusta ei siinä tapauksessa tarvita. Tietyillä aloilla toimiville ja paljon erilaisia sopimuksia solmiville yrityksille voi olla suurta hyötyä oikeusturvavakuutuksesta. On syytä muistaa, että vakuutus kattaa vain ne riidat, jotka on solmittu vakuutuksen voimassa-

oloaikana. Ennen vakuutuksen ottamista ei siis kannata solmia vielä minkäänlaisia sopimuksia. Jos riita päättyy käräjille asti ja yrittäjä häviää jutun, joutuu hän maksamaan myös vastapuolen oikeudenkäyntikulut. Oikeusturvavakuutus voi tässä tilanteessa taata yrityksen liiketoiminnan jatkumisen, sillä oikeudenkäyntikulut ovat varsin suuria. Vakuutusasioissa ulkopuolista apua voi hakea kuluttajien vakuutustoimistosta. He osaavat antaa apua erilaisten vakuutusehtojen ymmärtämisessä ja vakuutuksen tarpeellisuudesta. Vakuutustoimisto on täysin riippumaton taho, joka on irrallaan vakuutusyhtiöiden toiminnasta. (Puustinen 2004, 144–146.)

Pankki on jokaiselle yrittäjälle elintärkeä, vaikka lainaa ei tarvitsisikaan. Jokaisella yrityksellä on nimittäin oltava oma pankkitili. Pankkikortti, mahdollinen luottokortti ja verkkopankkitunnukset helpottavat entisestään yrityksen raha-asioiden hoitamista. Pankkien perimät palvelumaksut voivat vaihdella suuresti ja pieni kyselykierros eri pankkeihin ei ole pahasta. Usein yrityksen tili perustetaan kuitenkin samaan pankkiin kuin yrittäjän henkilökohtainenkin tili. Tänä päivänä yrityksen rahaliikennettä pystyy tarkkailemaan kätevästi omalta tietokoneelta käsin verkkopankkitunnusten avulla. Myös laskut pystytään lähettämään sähköisessä muodossa, mikäli se asiakkaalle sopii. Verkkopankkien myötä yritys pystyy halutessaan hoitamaan suurimman osan pankkiasioistaan verkossa. (Puustinen 2004, 146–147.)

Nykyään tietokone alkaa olla välttämätön apuväline ja usein myös pienyrittäjälle se tärkein. Internet-yhteys ja tietokone tarvittavine ohjelmistoineen voi olla alkuun kallis, mutta välttämätön investointi. Jos ei halua ostaa omaa konetta, voi nykyään haluamansa kokonaisuuden myös vuokrata eli tehdä leasing-sopimuksen. Tällöin laitteesta ja ohjelmistoista maksaa kuussa aina tietyn summan ja koneen saa omaan käyttöönsä. Jos päättyy ostamaan oman koneen, kannattaa mukaan ottaa joku, joka tietää koneista ja niiden käyttöjärjestelmistä. On turhaa ostaa omiin käyttötarkoituksiin sopimatonta konetta, jossa on omalle yritystoiminnalle merkityksettömiä ohjelmistoja ja joista kuitenkin joutuu maksamaan täyden hinnan. Kunnollinen virustorjuntaohjelma on tänä päivänä verkkoliikenteen lisääntyessä elintärkeä suoja ulkopuolisia uhkia vastaan. Jos koneella säilytetään tärkeitä yritystietoja, on syytä tehdä niistä varmuuskopiot ja hankkia esimerkiksi ulkoinen kovalevy, johon nämä tärkeät tiedot saa talteen ja turvaan, jos tietokone sattuu rikkoontumaan tai joutuu hakkeroinnin kohteeksi. (Puustinen 2004, 148–149.)

Toimivat puhelin- ja nettiyhteydet antavat yrityksestä hyvän kuvan ulospäin sen lisäksi, että työskentely helpottuu. Esimerkiksi vastaajapalvelu on kätevä, jos ei ole kokoaajan puhelimen ääressä. Soittopyyntöihin on hyvä vastata heti, kun mahdollista ja sähköpostit tarkastaa säännöllisesti. Kotisivut ovat myös tänä päivänä tärkeässä roolissa. Yrityksen olisi hyvä mennä nettiin jo heti alkutaipaleella, koska nykyään ihmiset osaavat hakea tietoa jo laajasti netin kautta. Netti on edullinen markkinointikanava, joka tavoittaa laajalti ihmisiä asuinpaikasta riippumatta. Kotisivuilla voi julkaista lähes rajattoman määrän tietoa yrityksestä, kun taas esimerkiksi lehti-ilmoittelu on kallista ja hyvin niukkaa verrattuna kotisivuihin. Kynnys tutustua yritykseen kotisivujen kautta on matala ja yrityksen tuotteet ja palvelut tulevat asiakkaille tutuksi jo ennen konkreettista kontaktia yritykseen. Siksi onkin tärkeää suunnitella kotisivut huolella, koska se on monesti ensimmäinen kontakti yritykseen ja luo heti tietyn mielikuvan asiakkaalle. (Puustinen 2004, 150–154.)

Olemassa oleva yritys tarvitsee myös paikan, jossa harjoittaa liiketoimintaa. Tilojen on vastattava yrityksen yksilöllisiä tarpeita niin toiminnallisuudessa kuin kustannustasollakin. Pidemmän päälle tilojen omistaminen tulee halvemmaksi, mutta aloittavalla yrityksellä harvoin on pääomaa lähteä ostamaan toimitiloja. Vuokraus tulee tässä tapauksessa aiheelliseksi. Hyviä toimitiloja voi joutua etsiskelemään kauankin, joten siihen kannattaa varata aikaa. Myös sijaintia on syytä pohtia. Riippuu hyvin paljon toimialasta, pitääkö yrityksen olla lähellä asiakkaitaan vai kelpaako joku syrjäisempi vaihtoehto. Tässä tapauksessa hyvät liikenneyhteydet ovat avainasemassa. Pieniä toimistotiloja löytyy yleensä kohtuullisen helposti, mutta teollisuusyritykset eivät välttämättä löydä vuokratiloja yhtä helposti. Monet kunnat kuitenkin tekevät kiinteää yhteistyötä teollisuusyritysten kanssa ja hyvällä tuurilla kunta saattaa jopa rakennuttaa yrityksen käyttöön soveltuvan hallin. (Puustinen 2004, 155–160.)

Nykyään yhä useampi yksityisyrittäjä työskentelee kotona. Tämän ovat mahdollistaneet Internet-yhteydet ja nopea tiedonsiirto. Etenkin asiantuntijat ja käsityöläiset pysyvät työskentelemään kotioloissa. Näissä tapauksissa yritys on olemassa sähköisessä muodossa netissä. Myös kotona työskentely vaatii kunnolliset tilat, mutta tarvittavat muutostyöt voi vähentää kotitalousvähennyksinä verotuksessa. Kotona työskentely ei kuitenkaan välttämättä sovi kaikille henkilöille. Koti ja työ saattavat sekoittua ikävällä tavalla ja toiset tarvitsevat oikean työpaikan, jonne voi jättää kaikki työhuolet sieltä poistuttaessa. Jos työ vaatii asiakastapaamisia, on myös syytä miettiä, soveltuuko kotivastaanotto tähän tarkoitukseen. (Puustinen 2004, 161–162.)

3.2 Taloushallinnon hoitaminen

Pienikin yritys tarvitsee taloushallinnon osaamista kuukausittaisten ja vuotuisten ilmoitusten tekemiseen ja taloushallinnon dokumentaation hallintaan. Helpoin tapa on ulkoistaa kaikki taloushallinnon tehtävät kirjanpitäjälle, mutta osan tehtävistä pystyy myös hoitamaan kätevästi esimerkiksi Internetin avulla. (Puustinen, 2004, 215.)

Yrityksellä on oltava oma tili. Yrittäjän oma tili ei kelpaa yrityksen käyttöön. Hallituksen on tehtävä tilin avaamispäätöksestä pöytäkirja, joka tarvitaan pankissa tiliä avattaessa. Lisäksi pankille on toimitettava alle kolme kuukautta vanha kaupparekisteriote. Hallitus voi pöytäkirjassa velvoittaa myös jonkun hallituksen ulkopuolisen henkilön avaamaan tilin. Myös luotollista tiliä avattaessa tarvitaan hallituksen pöytäkirja päätöksestä avata luotollinen tili. Nykyään kaikki yritykset käyttävät kansainvälisiä IBAN – tilinumeroita. Muutos tilinumeroissa johtuu Sepaan eli yhtenäiseen euromaksualueeseen siirtymisestä. Kotimaisiin maksuihin muutos ei vaikuta, mutta yli rajojen tapahtuvaa maksuliikennettä muutoksella pyritään parantamaan. (Holopainen & Levonen 2008, 175–176.)

Laskujen kirjoittaminen kuuluu yrittäjän suorittamiin hallinnon tehtäviin. Laskulla myyjä veloittaa ostajalta joko kokonaan tai osissa kauppasumman. Suomen arvonlisäverolaki määrää, että laskusta on käytävä ilmi laskun antamispäivä, juokseva tunniste, myyjän arvonlisäverotunnus, myyjän ja ostajan nimet ja osoitteet, tavaroiden tai palveluiden määrä ja luonne, tavaroiden toimituspäivä, palvelujen suorituspäivä tai ennakkomaksun maksupäivä, yksikköhinta ilman veroa, mahdolliset hyvitykset ja alennukset, veron perusta verokannoittain, verokanta ja suoritettavan veron määrä. Lisäksi tietyt tuotteita tai palveluita koskee vielä joukko erityissäännöksiä. Näitä ovat esimerkiksi matkatoimistopalvelut ja kuljetusvälineiden myynti. Jos laskun bruttosumma jää alle 250 euroon tai kyse on esimerkiksi vähittäiskaupan kuluttajalaskusta, riittää laskuun laskun antamispäivä, myyjän nimi ja arvonlisäverotunniste, myyjien tavaroiden tai palveluiden määrä ja luonne sekä suoritettavan veron määrä verokannoittain. Usein laskuissa on mainittu myös esimerkiksi reklamaatioaika. Lasku voi nykyään olla joko paperisessa tai sähköisessä muodossa riippuen yrityksen ja asiakkaan tietoteknisistä valmiuksista. (Holopainen & Levonen 2008, 175–176.)

Yrityksen on muistettava tehdä verottajalle kuukausittain ja pyydettyä useita ilmoituksia. Kuukausittain on hoidettava tilitykset ennakonpidätyksistä ja arvonlisäveroista. Jos yritys on säännöllinen työnantaja, eli sen alaisuudessa työskentelee henkilöitä,

jotka ovat olleet vakituisessa työsuhteessa yli vuoden, yrityksen on tehtävä kuukausittain valvontailmoitus verottajalle. Ennakopidätykset tilitetään kuukausittain aina palkanmaksukuukautta seuraavan kuun 12. päivä. Arvonlisäverovelvollinen yrittäjä joutuu huolehtimaan myös alv-tilityksistä puolentoista kuukauden kuluessa ja tilittää maksettujen ja saatujen arvonlisäverojen erotus verottajalle. Kuukausittaisiin ilmoituksiin kuuluu myös ennakopidätysten ja arvonlisäverojen ilmoittaminen valvontalomakkeella verottajalle joka kuun 12. päivä. (Ilmoniemi & Järvensivu 2009, 240.)

Yrittäjän on hyvä muistaa, että hän ei tee kirjanpitoa pankille tai verottajalle, vaan itselleen. Kirjanpito kertoo, missä kunnossa yritys on. Kirjanpidon ansiosta yrittäjä saa tietoonsa tunnuslukuja, joiden avulla hän voi kehittää liiketoimintaansa. Yrityksen verot lasketaan saadun tuloksen perusteella. Monet yrittäjät tuskailevat itse kirjanpitoonsa kanssa ja joidenkin kohdalla huonosti ja väärin hoidettu kirjanpito on ajanut koko yrityksen katastrofin partaalle. Onkin siis syytä miettiä, onko itsellä aikaa ja osaamista hoitaa yrityksensä kirjanpito itse vai antaa se suosiolla osaavalle ammattilaiselle. Vaikka työn tekisi ulkopuolinen, on yrittäjä silti vastuussa kirjanpidon oikeellisuudesta. Pienissä yrityksissä, joissa raha liikkuu harvakseltaan, kirjanpito on melko yksinkertaista hoitaa itse. Tänä päivänä löytyy myös sähköisiä ohjelmia, joiden avulla kirjanpito onnistuu näppärästi itse. (Puustinen 2004, 215–221.)

Yritysten on noudatettava niin sanottua hyvää kirjanpitolitettä. Laki edellyttää, että tilinpäätös kertoo oikeat ja tarpeeksi laajat tiedot yrityksen taloudesta. Tämän lisäksi kirjanpidon tulee olla jatkuvaa ja johdonmukaista. Peruseriaate on, että jokaista liiketapahtumaa vastaan on olemassa tosite, joka talletetaan. Tällaisia ovat kaikki tulot, menot ja rahoitustapahtumat kuten sijoitukset ja voitonjaot. Jokainen tosite numeroidaan ja viedään kirjanpitoon. Tositteiden säilytysaika on kuusi vuotta. Esimerkiksi kauppakuuteista on siis syytä ottaa kopio, koska kuittien muste haalistuu näkymättömiin lyhyessäkin ajassa. Jos tositteesta ei käy suoraan ilmi, miten se liittyy yrityksen liiketoimintaan, laaditaan tositteesta myös selite, jossa käy ilmi yhteys yrityksen toimintaan. (Puustinen 2004, 215–221.)

Kirjanpidon tärkeitä työkaluja ovat päiväkirja ja pääkirja. Päiväkirjassa tapahtumat ovat aikajärjestyksessä, kun taas pääkirjassa ne on luokiteltu asiajärjestyksen mukaisiin ryhmiin. Ryhmittelyn tarkoitus on auttaa eri menoeriin liittyvissä analyyseissä. Tätä tapaa kutsutaan yhdenkertaiseksi kirjanpidoksi. Tämän vaihtoehdon lisäksi on myös olemassa kahdenkertainen kirjanpito. Siinä on kaksi tiliä debet ja kredit, joihin tehdään aina vastakirjaus. Yhdestä tapahtumasta tehdään siis kaksi eri merkintää.

Molempien tilien summan tulee olla yhtä suuri. Tilien erotus auttaa helpommin selvittämään, missä kohtaa virhe on tullut tai onko esimerkiksi joku lasku jäänyt maksamatta. Yhdenkertaisessa kirjanpidossa virheiden löytäminen on paljon hankalampaa. Toiminimellä toimivat yrittäjät saavat toteuttaa yhdenkertaista kirjanpitoa, muilta laki vaatii kahdenkertaisen. (Puustinen 2004, 215–221)

Suomessa laki velvoittaa yritykset tekemään vähintään kerran vuoteen tilinpäätöksen, joka pitää sisällään tuloslaskelman ja taseen. Tuloslaskelma kertoo yrityksen tuloksen muodostumisen ja tase puolestaan yrityksen varojen ja velkojen suhteesta. Kirjanpitolaissa on määrätty tilikauden pituudeksi 12 kuukautta, mutta ensimmäinen tilikausi saa olla pidempi. Tilinpäätöksen on oltava valmis neljä kuukautta tilikauden päättymisestä. (Puustinen 2004, 217)

Vaikka aloittava yrittäjä ei haluaisikaan syventyä kirjanpidon hienouksiin, on hänen silti hyvä osata tilinpäätöksen laskeminen ja kirjanpidosta saatavat tärkeimmät tunnusluvut. Edellä mainittujen osaaminen antaa yrittäjästä ammattitaitoisen ja osaavan kuvan. (Puustinen 2004, 217–218.)

3.3 Verkostoitumalla tukea yrityksen toimintaan

Ilman hyviä yhteyksiä muihin toimijoihin ja yhteistyökumppaneihin yrityksellä ei ole kunnollisia mahdollisuuksia menestyä. Yrittäjän ei tarvitse osata kaikkia asioita itse, vaan verkostoitumalla hän saa rakennettua itselleen kunnollisen tukiverkon, jolta saa apua ja neuvoja niitä tarvittaessa. Yrittäjä on se, joka pitää kaikki langat käsissä ja huolehtii kokonaisuuden toimimisesta. Yksikään yrittäjä ei ole ollut valmis aloittaessaan, vaan työ on opettanut heidät kiinnittämään huomiota kaikkiin tarvittaviin asioihin. Palkansaajaan verrattuna yrittäjän on kyettävä huolehtimaan monesta eri työtehtävästä ja pidettävä mielessä kaikki yritykseen vaikuttavat tekijät. (Puustinen 2004, 135–137.)

Verkostoitumalla yrittäjä tuo omaa yritystään esille ja ikään kuin tiedottaa muille, että hän on tullut mukaan kuvioihin. Verkostoituminen on samalla myös mainontaa, joka puolestaan kasvattaa onnistuessaan myyntiä. Olemalla esillä erilaisissa alan tapahtumissa ja jakamalla ja vastaanottamalla käyntikortteja verkosto alkaa syntyä ja samalla myös yrityksen imago. Hyvä ensivaikutelma on siis tärkeä, jotta ihmiset saavat positiivisen kuvan yrityksestä. Verkostoituminen toimii hyvänä pohjustuksena mahdolliselle tulevalle kaupanteolle. Pitempiaikaisen ja aktiivisen suhteen luomiseksi on hy-

vä pitää yllä kontakteja aktiivisesti. Hyvän vaikutelman tekemisessä saattavat auttaa esimerkiksi pienet muistiinpanot aikaisemmista tapaamisista, jotta toiselle osapuolelle tärkeät asiat olisivat heti ensimmäisenä mielessä seuraavassa tapaamisessa. Etenkin yksityisyrittäjälle myös pienempi lähiverkko laajemman verkon rinnalla voi olla erittäin hyödyllinen. Lähiverkko voi koostua muista samassa tilanteessa olevista yrittäjistä, joiden kanssa voi jakaa saman elämäntilanteen ja muodostaa vahvan yhteenkuuluvuuden tunteen, joka puolestaan toimii voimavarana jatkaa eteenpäin. Verkoston muodostavien yritysten välille voi parhaassa tapauksessa muodostua myös työnjako, joka hyödyttää molempia osapuolia. (Puustinen 2004, 135.)

Hyvän ja positiivisen kuvan synnyttämät mielikuvat yrittäjästä ja yrityksestä saattavat poikia pitkäaikaisen asiakassuhteen, jossa asiakas luottaa yrittäjään ja tämän tuotteisiin tai palveluihin. Uskollinen asiakas on myös valmis ostamaan tutulta myyjältä tuotteita tai palveluita, vaikka saisi samat jostakin toisaalta paljon edullisemmin. Asiakkaan tunteet ja fiilikset vaikuttavat ostopäätöksen tekemiseen yllättävän paljon. (Puustinen 2004, 135–137.)

4 CASE HEVOSLOIMIEN PESULAPALVELU

Yrittäjyydestä haaveileva Sini Loponen alkoi syksyllä 2010 miettiä oman yrityksen perustamista Joroisiin. Hevosharrastuksen myötä erilaiset tallit olivat tulleet tutuiksi ja muutamat tallin pitäjät olivat useaan otteeseen tuskailleet likaisten loimien kanssa. Siitä sai alkunsa idea perustaa hevosten loimiin ja muihin hevostekstiileihin erikoistunut pesula. Kilpailua tällä alueella ei juurikaan olisi, koska monetkaan pesulat eivät huoli likaisia ja karvaisia loimia omiin koneisiinsa ja jos huolivat, hinta on huomattavan korkea. Lisäksi pesulan yhteydessä Sini pääsisi toteuttamaan aiempaa käsityöalan tutkintoa korjauspalvelun muodossa. Lisämyyntiä saataisiin tekemällä huopiin ja loimiin applikointitekniikalla nimikirjailuja. Applikointi eli päällikeompelutyö tehdään ompelukoneen siksak-toiminnolla kankaasta leikatun kuvion reunoja mukaillen (Käsipaikka, tilkkutyötekniikat). Tällä tekniikalla asiakas saisi yksilölliset nimikoinnit sekä satulahuopiin, että loimiin kankaan- ja ompelulangan värin valinnalla. Mallia mahdollisen tulevan yrityksen toimintaan haettiin muualla Suomessa toimivista loimipesuloista. Esimerkiksi loimien haku- ja palautuspalveluidea sai alkunsa jo toimintansa aloitaneesta pesulasta. (Loponen 2011.)

Tilat pesulalle sattuihin sopivasti löytymään omasta pihapiiristä vanhan navetan muodossa. Navetta oli jo sisältä purettu, joten tarvittavat muutostyöt olisi helppo toteuttaa tyhjiin tilaan. Arvio alkuinvestoinneista ei noussut kovin korkealle, koska pesukoneen ja ompelukoneen saisi ostettua suhteellisen halvalla käytettynä netin kautta. Varsinaista varastoa raaka-aineille ei tarvitsisi perustaa ja kuljetuspalvelukin hoituisi alkuun perheen omalla autolla. Suurin investointi tulisi muutostöistä, joita navettaan tarvitsisi tehdä. Loimien kuivatusta varten tarvittaisiin erillinen kuivaushuone ripustusmahdollisuuksin ja lisäksi tilaan tulisi hankkia kuivauspuhallin. Lisäksi pesukoneelle tarvitaan vesiliitäntä ja viemärien kunnosta riippuen myös niille korjaustöitä. (Loponen 2011.)

Sini oli yhteydessä Uusyrittäjäkeskus Wäläkyyn saadakseen apua yrityksen perustamiseen. Wäläkystä oltiin yhteydessä kouluunne ja tarjottiin kartoituskyselyyn perustuvaa aihetta opinnäytetyöksi. Tätä kautta toteutettiin kartoituskyselyn potentiaalisille pesulan asiakkaille selvittääkseni, onko loimipesula itsessään kannattava perustaa näin harvaan asutulle seudulle. Kyselyssä kartoitettiin

vastaajien kiinnostusta erikseen pesulapalveluun, korjauspalveluun ja nimikointiin. Lisäksi kartoitettiin heidän maksuhalukkuuttaan niin pesun, korjauksen kuin nimikoinninkin osalta avoimilla kysymyksillä. Taustatietona talleilta kysyttiin mm. sijaintipaikkakuntaa, hevosten lukumäärää ja tallin käyttötarkoitusta.

5 TUTKIMUKSEN KUVAUS

Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, jonka avulla kyselyn vastaukset saatiin numeeriseen muotoon ja esitettyä taulukkoina. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä perustuu määrälliseen eli numeeriseen tiedon keräämiseen. Sen tarkoituksena on saattaa tulokset tilastollisesti käsiteltävään muotoon, jonka pohjalta voidaan tehdä päätelmiä tilastolliseen analyysiin perustuen. (Roth 2010.)

Reliabiliteetti eli tutkimustulosten luotettavuus ja paikkansapitävyys voidaan testata tutkimuksen toistamisella. Jos vastaukset ovat toisellakin kerralla samanlaiset kuin ensimmäisellä kerralla, tutkimus on reliabeli eli luotettava. Validiteetti puolestaan mittaa sitä, miten hyvin käytetty tutkimusmenetelmä soveltuu tutkittavan kohteen analysointiin, eli mittaako tutkimus juuri sitä, mitä on tarkoitus selvittää. Validiteetti voidaan erottaa sisäiseen ja ulkoiseen. Sisäinen validiteetti voidaan mitata vertaamalla saatuja tuloksia jo olemassa olemaan tietoon tutkittavasta ilmiöstä. Ulkoisen validiteetin puolestaan määrittävät toisten tutkijoiden tekemillä johtopäätöksillä saaduista tuloksista. (Roth 2010.)

Tutkimus tehtiin lomaketutkimuksena, joka toteutettiin joulutammikuussa 2011 Internet-kyselynä ja kysymyslomake laadittiin sähköiseen muotoon Typalaohjelmalla. Kysely sisälsi 19 kysymystä ja lisäksi lopussa oli avoin kohta, johon vastaaja sai halutessaan jättää yhteystietonsa. Kyselyyn vastaamisesta pyrittiin tekemään helppoa ja nopeaa. Vain kolmeen kysymykseen oli pakko vastata ja loput sai halutessaan jättää välistä. Nämä pakolliset kysymykset koskivat tarvetta loimipesulalle, tarvetta korjauspalvelulle ja kiinnostusta applikointia kohtaan. Jos näihin kaikkiin kysymyksiin vastaus oli Ei, pääsi vastaaja suoraan täyttämään vapaaehtoista taustatiedot kohtaa.

Vastaajien maksuhalukkuutta kysyttiin avoimilla kysymyksillä erikseen sekä pesun, että korjauksen osalta. Lisäksi applikoimalla tehdystä nimikoinnista oli otettu kyselyyn kuva ja vastaajilta tiedusteltiin, paljonko he olisivat valmiita maksamaan kuvan kaltaisesta nimikoinnista. Näin vastaajille muodostui selkeä käsitys siitä, miltä applikointitekniikalla tehty nimikointi näyttää.

Vastaajiksi haluttiin hevostalleja, jotka sijaitsevat noin 100 kilometrin säteellä Joroisista. Vastaajien yhteystiedot etsittiin Internetin kautta tallien omilta ko-

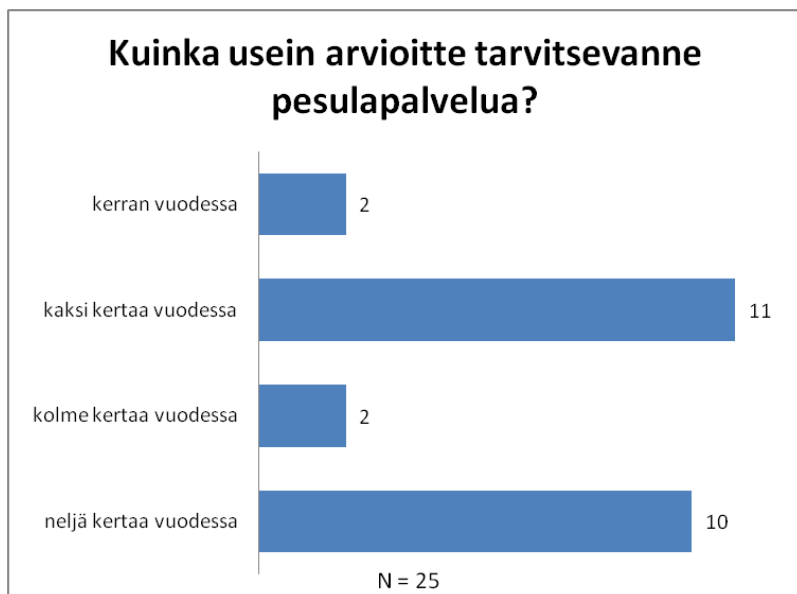
tisivuilta, keskustelufoorumeilta ja osan yhteystiedot saatiin tuttujen kautta. Kaikki sähköpostilähetyksen kautta kyselyn saaneet tallit sijaitsivat sovitun 100 kilometrin säteellä. Kysely lähetettiin näille valituille talleille sähköpostilla ja vastausaikaa annettiin kaksi viikkoa. Viikon päästä ensimmäisestä lähetyksestä talleille lähetettiin vielä muistutusviesti kyselystä. Sähköposti lähetettiin 50 tallille ja vastauksia saatiin vain 14. Tämän jälkeen kysely avattiin uudelleen ja vastaajia haettiin yleisten hevosaiheisten keskustelufoorumeiden kautta ja linkkiä kyselystä jaettiin myös sähköpostin välityksellä kaikille tutuille, joilla on kyselyn kohdealueella kontakteja hevosihmisiin. Tämän jälkeen vastauksia kertyi yhteensä 50.

Vastaukset purettiin auki Excel-taulukolla sitä mukaa, kun niitä saapui. Kun kysely oli sulkeutunut ja uusia vastauksia ei enää saatu, vastauksista muodostettiin palkkikaavioita tulosten esittämisen selkeyttämiseksi. Kyselyn tulokset käydään läpi työn seuraavassa kappaleessa.

6 KYSELYN TULOKSET

Ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin tallien tarvetta ulkopuoliselle pesulapalvelulle. Vastaukset jakautuivat tasan. 25 vastaajaa vastasi tarvitsevansa ulkopuolista pesulapalvelua ja toiset 25 vastasivat puolestaan pärjäävänsä ilman.

Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin, kuinka usein he tarvitsisivat pesulapalveluita. Kysymykseen vastasivat kaikki 25, jotka olivat vastanneet edelliseen kysymykseen tarvitsevansa ulkopuolista pesulapalvelua. Kuvio 1 esittää vastausten jakaumaa. Vastausten perusteella tarve näyttäisi painottuvan kahteen kertaan vuodessa (44 % vastanneista). Lisäksi lähes sama määrä (40 %) näyttäisi tarvitsevan pesupalveluita neljä kertaa vuodessa. Vain kaksi tallia vastanneista tarvitsisi pesupalveluita vain kerran vuoteen ja toiset kaksi kolme kertaa vuodessa.



KUVIO 1. Tallien käsitys siitä kuinka usein he tarvitsevat pesulapalvelua

Kolmannessa kysymyksessä kartoitettiin pesuun tulevien loimien määrää. Suurin osa talleista toisi kerralla pesuun alle kymmenen loimea. 48 % vain yhdestä viiteen loimea ja 26 % kuudesta kymmeneen loimea. Yli kymmenen loimea kerralla pesuun toisi vain 16 % vastanneista. Kuvio 2 esittää vastausten jakaumaa.



KUVIO 2. Tallien arvio kerralla pesuun tulevien loimien määrästä

Neljäs kysymys selvitti, kuinka paljon toppaloimen pesusta oltiin valmiita maksamaan. Toppaloimi valittiin kysymyksen kohteeksi siksi, koska se on loimista paksuin ja sen peseminen siitä syystä on kalleinta. Kysymyksen jatkoksi lomakkeelle oli laitettu huomautus, että loimen paksuus vaikuttaa pesun hintaan. Vastaajista ylivoimaisesti suurin osa eli 68 % olisi valmis maksamaan toppaloimen pesettämisestä viidestä kymmeneen euroa. Vain kaksi (8 %) tallia maksaisi pesusta alle viisi euroa ja yli kymmenen euroa oli valmiita maksamaan 24 % vastanneista.



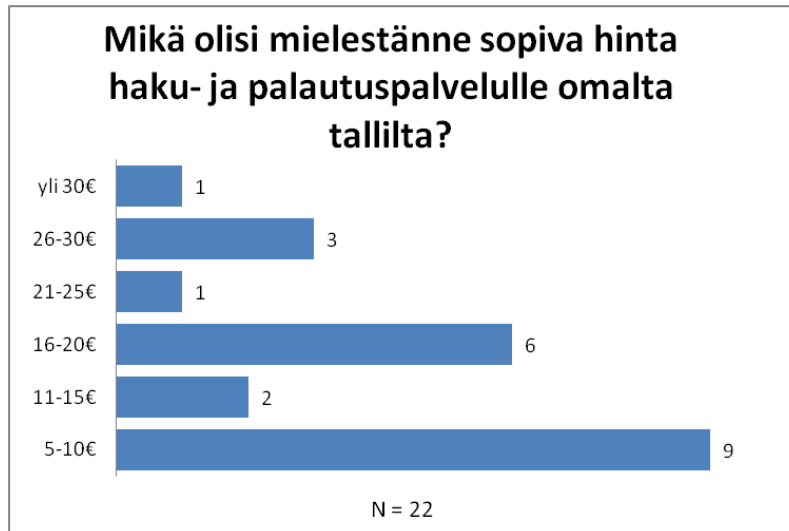
KUVIO 3. Tallien mielipide toppaloimen pesettämisen sopivasta hinnasta

Seuraava kysymys selvitti tallien käsitystä heille parhaiten sopivasta haku- ja palautustavasta. Kuvio 4 selventää vastausten jakaumaa. Lähes puolet (48 %) talleista oli valmiita huolehtimaan loimien kuljetuksesta itse. Kannatusta sai myös vaihtoehto, jossa loimet voisi jättää ja hakea ennakkoon sovitusta paikasta, kuten esimerkiksi paikallisesta eläinkaupasta tai muusta vastaavasta liikkeestä.



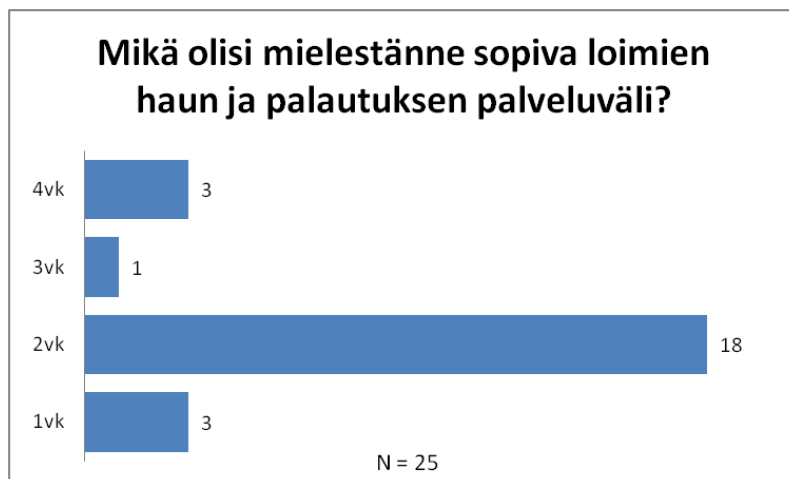
KUVIO 4. Tallien mielipide heille parhaiten sopivasta haku- ja palautuspalvelun muodosta

Kysymys numero kuusi selvitti tallien maksuhalukkuutta haku- ja palautuspalvelun suhteen. Kysymykseen vastasi 22 henkilöä, vaikka edelliseen kysymykseen liittyen 12 henkilöä ilmoitti halukkuutensa loimien kuljetukseen itse. Vastausten pohjalta viidestä kymmeneen euroa maksaisi yhdeksän henkilöä (40,9 %) ja 16-20 euroa kuusi henkilöä. Kuvio 5 esittää vastausten jakautumisen eri hintaluokkiin.



KUVIO 5. Tallien mielipide haku- ja palautuspalvelun sopivasta hinnasta

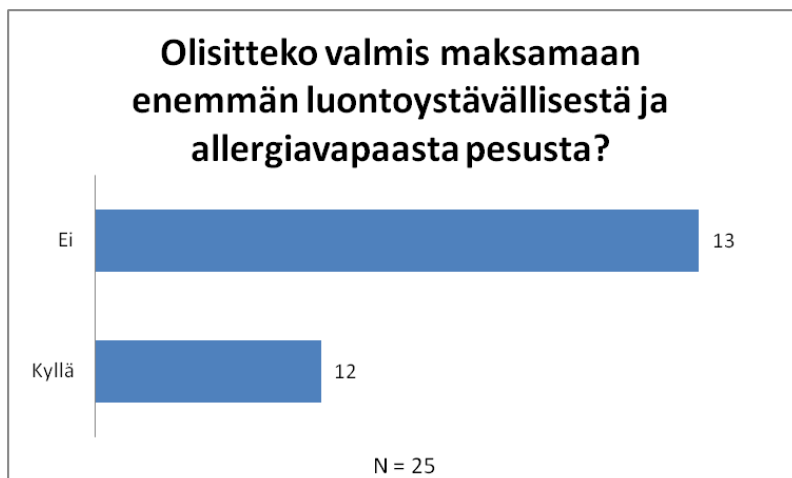
Seitsemäs kysymys selvitti, mikä olisi talleille sopivin haun ja palautuksen väli, eli kuinka nopeasti tallit tarvitsevat loimet taas käyttöönsä pesuun jätön jälkeen. Ylivoimaisesti eniten (72 %) kannatusta sai kahden viikon palveluväli. Kuvio 6 esittää vastausjakaumaa.



KUVIO 6. Talleille sopiva haun ja palautuksen väli

Seuraavaksi tiedusteltiin, kiinnostaako talleja maksaa enemmän allergiavapaasta ja luontoystävällisestä pesusta. Kysymykseen vastasivat kaikki 25, jotka kokivat tarvitsevansa pesulapalvelua. Vastaukset jakautuivat tasaisesti ja 48 % oli valmiit maksa-

maan enemmän allergiavapaasta pesusta, kun taas 52 % ei maksaisi sen enempää kuin normaali pesusta.



KUVIO 7. Tallien suhtautuminen luontoystävällisen ja allergiavapaan pesun korkeampaan hintaan

Edelliseen kysymykseen liittyen allergiavapaasta pesusta kiinnostuneilta tiedusteltiin lisäksi, paljonko he olisivat valmiita maksamaan peruspesuhinnan päälle, jotta loimet pestäisiin ympäristöystävällisesti. Kaksi kyllä vastauksen antanutta jätti vastaamatta tähän kysymykseen. Hieman yli puolet vastaajista oli valmiita maksamaan yhdestä kolmeen euroa peruspesuhinnan päälle ja vastaavasti hieman alle puolet neljästä aina seitsemään euroon asti. Kuvio 8 esittää vastausjakaumaa.



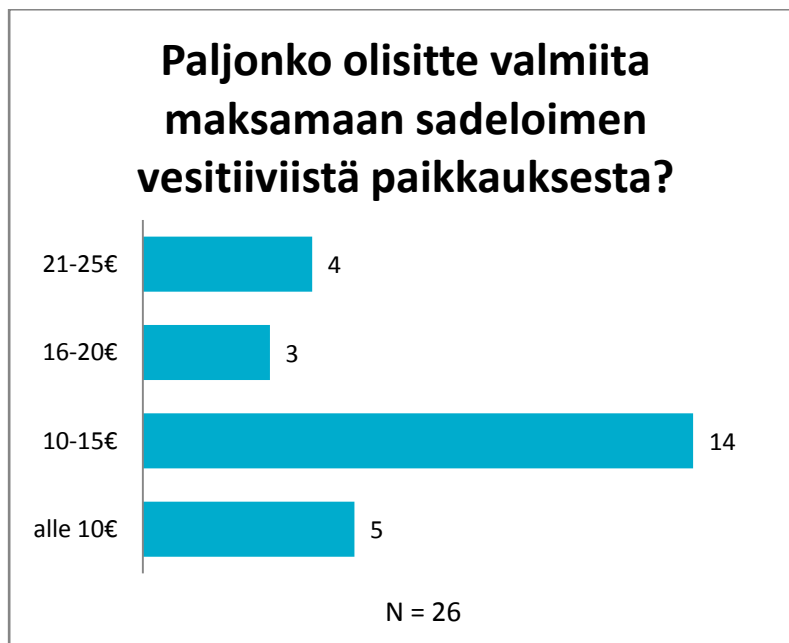
KUVIO 8. Tallien käsitys siitä kuinka paljon enemmän he olisivat valmiita maksamaan luotoystävällisestä ja allergiavapaasta pesusta

Kyselyn liitännäispalvelut osion ensimmäinen kysymys selvitti tallien tarvetta ulkopuoliselle korjauspalvelulle. Hieman reilut puolet (52 %) vastanneista koki tarvitsevansa ulkopuolista korjauspalvelua.



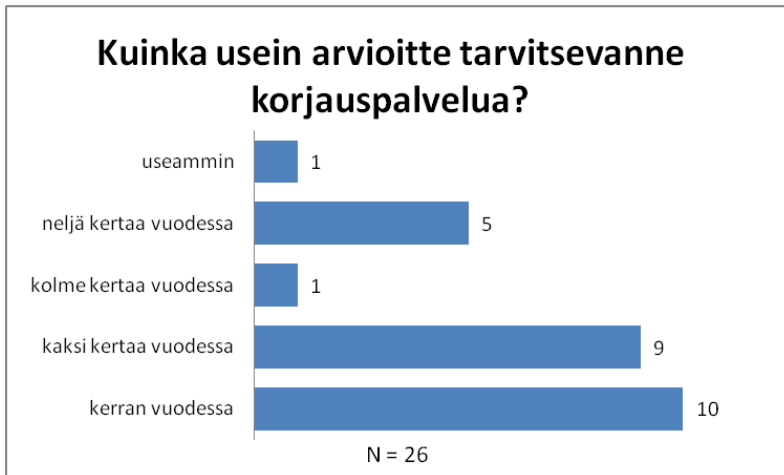
KUVIO 9. Tallien tarve ulkopuoliselle korjauspalvelulle

Seuraavaksi tiedusteltiin maksuhalukkuutta sadeloimen vesitiiviin paikkauksen osalta. Reilut puolet (53,8 %) vastanneista olivat valmiita maksamaan kymmenestä viiteentoista euroa korjaukselta. Vastanneista neljä oli valmiita maksamaan 21–25 euroa korjaukselta ja viisi vastanneista alle 10 euroa kerralta. Hajonta maksun suuruuden osalta on varsin suuri. Kuvio 10 esittää vastausten jakautumista eri hintaryhmiin.



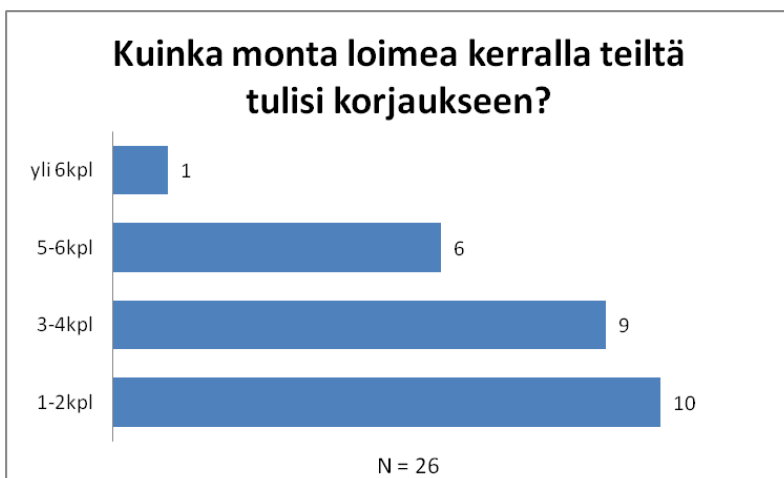
KUVIO 10. Tallien mielipide sadeloimen paikkauksen sopivasta hinnasta

Seuraavaksi kyselyssä selvitettiin korjauspalvelun tarveväliä. Ylivoimaisesti suurin osa tarvitsi korjauspalvelua yhdestä kahteen kertaan vuodessa (73 %), joista kaksi kertaa vuodessa 34,6 % ja kerran vuodessa 38,4 % vastanneista. Kuvio 11 selventää vastausten jakautumista.



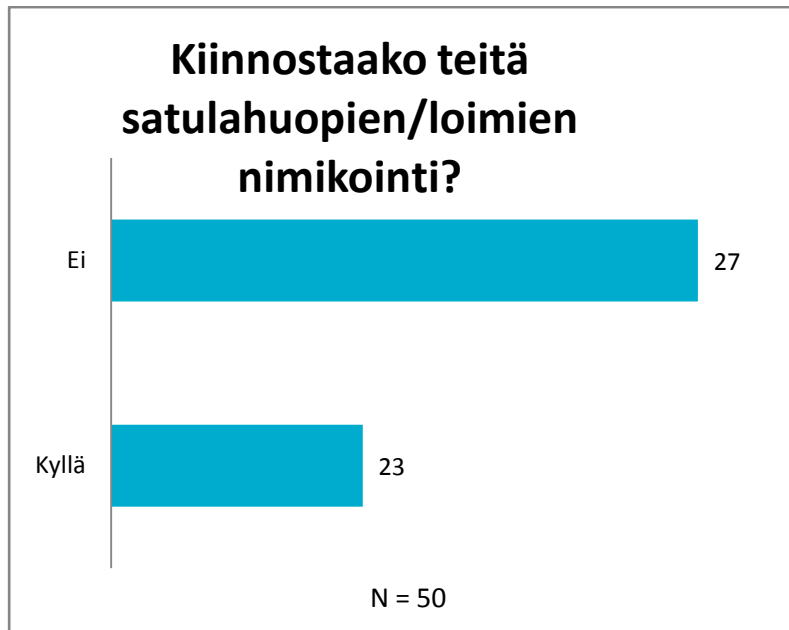
KUVIO 11. Tallien tarveväli korjauspalvelulle

Korjaukseen tulevien loimien määrää selvitettiin kysymyksessä numero 13. Suurin osa (73 %) vastaajista toisi alle viisi loimea kerralla korjaukseen. Yhdestä kahteen loimea korjaukseen toisi 38,5 % vastanneista. Taulukosta 12 käy ilmi vastausten jakauma eri kappalemääriin.



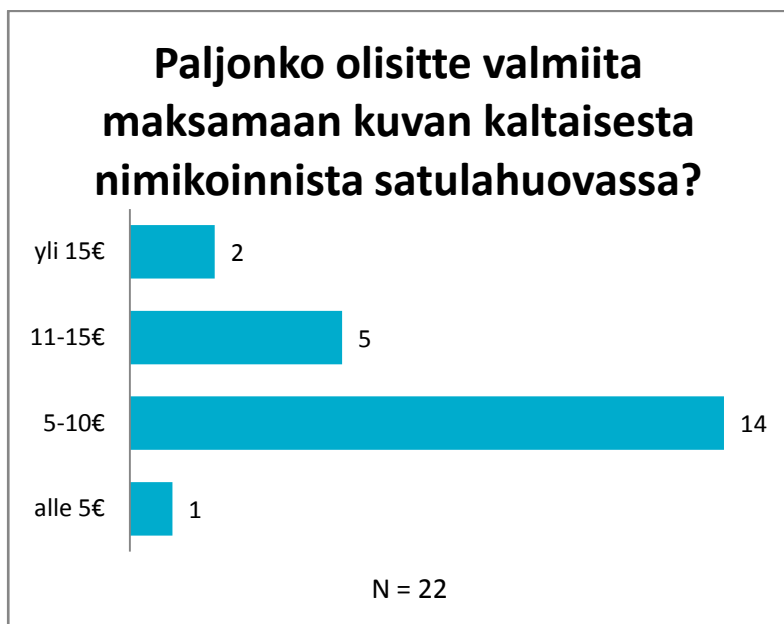
KUVIO 12. Tallien arvio kerralla korjaukseen tulevien loimien määrästä

14 kysymys selvitti, ovatko tallit kiinnostuneita satulahuopien ja/tai loimien nimikoinnista. 26 % vastanneista ilmoitti olevansa kiinnostuneita ja loput vastanneista eivät olleet kiinnostuneita nimikoinnista.



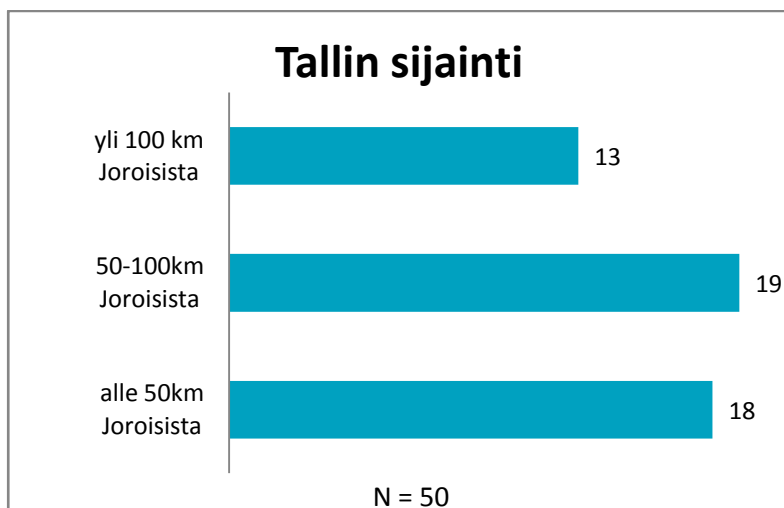
KUVIO 13. Tallien kiinnostus satulahuopien/loimien nimikoinnista

Kysymykseen numero 15 oli liitettyä kuva applikointitekniikalla tehdystä nimikoinnista ja kysymyksessä haluttiin tietää, paljonko vastaajat olisivat valmiita maksamaan kuvan kaltaisesta nimikoinnista. Edellisessä kysymyksessä kiinnostuneita oli 23 kappaletta, joten yksi vastaaja on jättänyt vastaamatta tähän kysymykseen. Suurin osa piti sopivana hintana viidestä kymmeneen euroa. Kuvio 14 selventää vastausten jakaumaa.



KUVIO 14. Tallien mielipide sopivasta hinnasta nimikoinnille

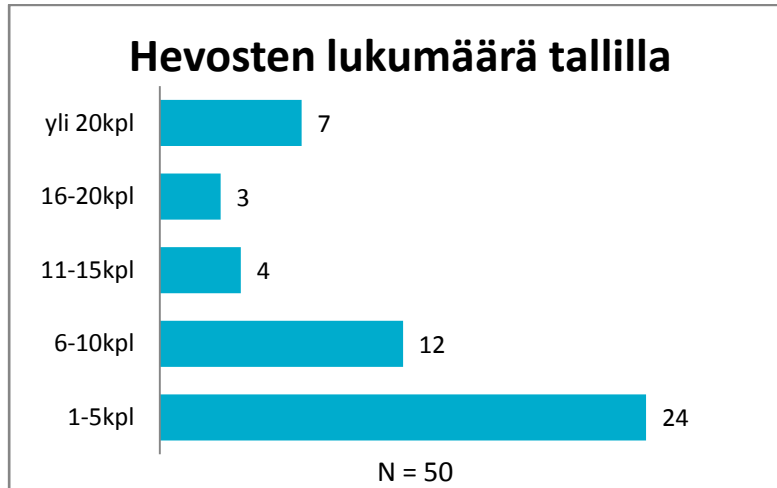
Lopuksi kyselyssä tiedusteltiin taustatiedot-osiossa tallien sijaintipaikkakuntaa. Kuvio 15 selventää, kuinka kaukana Joroisista vastanneet tallit sijaitsevat. Lähimmillään kyselyyn vastannut talli löytyi Joroisista ja etäisin Kuopion seudulta. Kuvio 16 esittää tallien sijainnit jaoteltuna etäisyyden mukaan.



KUVIO 15. Tallien sijainti Joroisista

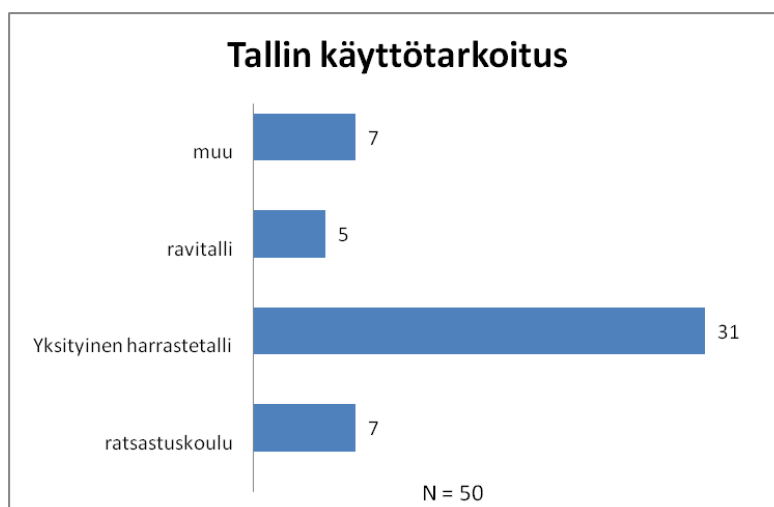
Lisäksi selvitettiin hevosten lukumäärää tallilla. Alle kymmenen hevosen talleja ja verraten pieniä talleja oli 72 % vastanneista, kun taas yli kymmenen hevosen talleja

oli 28 % vastanneista. 14 % vastanneista talleista oli yli 20 hevosen isoja talleja ja 48 % yhdestä viiteen hevosen pieniä talleja. Kuviosta 16 käy ilmi vastausten jakauma.



KUVIO 16. Tallien hevosten lukumäärä

Tallin käyttötarkoitusta tiedusteltiin kysymyksessä 18. Enemmistö (62 %) vastanneista ilmoitti olevansa yksityinen harrastetalli. Lisäksi vastanneiden joukosta löytyi ratsastuskouluja, ravitalleja ja muut osioon luokiteltuja islanninhevostalleja, harrastetalleja ja vuokratalleja. Kuvio 17 selvittää vastausten jakaumaa.



KUVIO 17. Tallien käyttötarkoitus

Lopuksi kysyttiin vielä tallin toimintavuosia. Yli puolet (72 %) vastanneista talleista oli toiminut alle kymmenen vuotta. Yli 15 vuotta toiminnassa olleita talleja oli vastannut kyselyyn viisi kappaletta (10 %). Kuvio 18 esittää vastausten jakautumisen toimintavuosien mukaan.



KUVIO 18. Tallien toiminnassaoloaika

7 LOIMIPESULAN KANNATTAVUUS

Kannattavuuslaskelmien teossa käytettiin kyselyn pohjalta saatuja vastauksia apuna palveluiden hinnoittelussa ja lisäksi asiakasmäärää on arvioitu saatujen vastausten pohjalta. Alkuinvestointeihin tarvittavat summat on mietitty yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Taulukosta 4 käy ilmi mihin aloittava loimipesula tarvitsee yhteensä rahaa ja kuinka paljon sitä tarvitaan eri osa-alueille. Taulukon summat perustuvat toimeksiantajan kanssa käymään keskusteluun ja hänen arvioihinsa rahantarpeesta. Tuotantovälineiden hankintaan laskettu summa sisältää pesukoneen, ompelukoneen ja kuivauspuhaltimen. Vuokraan ei tässä tapauksessa mene yhtään rahaa, koska toimitilat ovat omassa omistuksessa. Kunnostukseen varattiin melko pieni summa, koska laskelmassa oletetaan, että kunnostusta tarvitaan vain pesukoneliitännän, kuivaushuoneen ja yleisen ehostuksen verran. Lisäksi yrittäjä on valmis tekemään niin paljon itse kuin vain osaa. Alkuvarasto sisältää erilaisia ompelutarvikkeita ja pesuaineita.

TAULUKKO 4. Rahoitustarvelaskelma

Aineettomat hyödykkeet	perustamismenot	150	
Koneet ja kalusto	hankittavat tuotantovälineet	10000	
	kalusteet	100	
	toimitilan kunnostus	800	
Liikeirtaimisto	toimistotarvikkeet	100	
Käyttöpääoma	alkumainonta/esitteet	200	
	toimitilakulut	vuokra ja takuuvuokra	0
	Palkat	yrittäjän oma toimeentulo	1200
		vaihto- ja alkuvarasto	300
		käyttöpääomavaraus/kassa	100
		RAHAN TARVE YHTEENSÄ	12950

Taulukossa 5 on esitetty kannattavuuslaskelma laskettuna sekä kuukaudelle, että vuodelle. Tavoitetulos on yrittäjän itselleen määrittämä palkka. Lainan lyhennys on laskettu 12 500 euron lainalle ja laina-aikana on käytetty seitsemää vuotta. Yrittäjä on valmis sijoittamaan yritykseen omaa rahaa 500 euroa, joten koko summaa ei tarvitse rahoittaa lainarahalla. Veroprosentiksi saatiin kunnallisveron (Joroisissa 19,25 %) ja tuloveron (9 %) yhteenlaskuna 28 %. Myyntikatetarve on saatu, kun on laskettu yh-

teen käyttökate, muuttuvat kulut ja kiinteät kulut yhteensä. Kiinteät kulut on mietitty yhdessä toimeksiantajan kanssa. Muuttuvat kulut on laskettu taulukon 6 mukaisten kulujen ja myyntimäärien perusteella. Laskelmasta käy ilmi, että kokonaismyyntitarve on 4 520 euroa, jos halutaan päästä 1 200 euron tavoitetulokseen.

TAULUKKO 5. Loimipesulan kannattavuuslaskelma

KANNATTAVUUSLASKELMA		
	kuukaudessa	vuodessa
TAVOITETULOS	1200	14400
lainojen lyhennys	148	1776
TULOT VEROJEN JÄLKEEN	1348	16176
verotus 28%	524	6288
RAHOITUSTARVE	1872	22464
yrittyslainojen korot	50	600
KÄYTTÖKATE	1922	23064
Kiinteät kulut		
YEL	203	2436
Viestintäkulut	50	600
kirjanpito, tilintarkastus jne.	100	1200
toimistokulut	100	1200
matka- ja autokulut	600	7200
markkinointi	30	360
korjaukset ja ylläpito	50	600
muut kulut	100	1200
KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ	1233	14796
MYYNTIKATETARVE	3155	37860
Muuttuvat kulut	520	6240
MYYNTITARVE	3675	44100
ALV 23%	845	10140
KOKONAISMYYNTITARVE	4520	54240

Taulukkoon 6 on laskettu myyntilaskelma kunkin eri palvelun osalta. Hinnat ovat ilman arvonlisäveroa. Paikkauksen hinnaksi on laitettu 16 euroa ja kuluiksi viisi euroa. Katetta tällöin jää 11 euroa. Taulukkoon on arvioitu, että paikkauksia tulisi kuukaudessa 20 kappaletta. Applikoinnin osalta hinta on 10 euroa, kulut kolme euroa ja katetta jää seitsemän euroa. Kuukaudessa applikoiteja tulisi 10 kappaletta. Pesu 1 on pesu tavallisella pesuaineella. Sen hinnaksi on määritetty 10 euroa, kuluiksi viisi euroa ja katteeksi jää viisi euroa. Tavallisia pesuja tulisi arviolta 40 kappaletta kuukaudessa. Allergiapesu on hieman kalliimpi ja sen hinta on määritetty sen mukaan, miten tallit vastasivat kyselyyn. Hinta on näin 15 euroa, kulut seitsemän euroa ja katetta jää

kahdeksan euroa. Allergiapesuja olisi kuukaudessa puolet vähemmän kuin tavallisia pesuja eli 20 kappaletta. Lisäksi kuljetuksen hinnaksi on määritelty 20 euroa kerta sisältäen sekä haun, että palautuksen. Kuluksi laskettu 10 euroa ja kuukaudessa ajoja tulisi viisi kappaletta. Näin myyntikatteeksi saadaan 700 euroa. Liikevaihto on laskettu taulukkoon 7 ja se on 1 220 euroa.

TAULUKKO 6. Yrityksen myyntilaskelma paikkauksen, applikoinnin, kahden eri pesun ja kuljetuksen osalta

	Palvelu	Paikkaus		applikointi		pesu 1		allergiapesu		kuljetus	Yht.
	a hinta	16		10		10		15		20	1220
	kulut	5		3		5		7		10	520
	kate	11		7		5		8		10	700
loimea/kk	kpl	yhteensä	kpl	yhteensä	kpl	yhteensä	kpl	yhteensä	ajoja kpl	yhteensä	
	20	220	10	70	40	200	20	160	5	50	700

Taulukkoon 7 on laskettu lisämyyntikatetarve, jotta yritys pääsee tavoitetulokseensa. Taulukkoon on laskettu liikevaihto taulukon 6 summien perusteella. Lisäksi kulut on laskettu yhteen. Kun myyntikatteesta vähennetään myyntikatetarve, saadaan lisämyyntikatetarpeeksi 2 455 euroa kuukaudessa.

TAULUKKO 7. Laskelma lisämyyntikatetarpeesta

	kk	vuodessa
Liikevaihto ilman alv:a	1220	14640
Kulut yhteensä	520	6240
Myyntikate yhteensä	700	8400
Myyntikatetarve	3155	37860
Erotus	-2455	-29460

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyn pohjalta tehtyjen laskelmien myötä voidaan todeta, että loimipesulaa ei ole kannattavaa perustaa Joroisiin. Jo pelkästään kyselyyn saatujen vastausten määrä puhuu omaa kieltään. Vähäinen vastaajajoukko kertonee siitä, että tällä alueella ei ole tarpeeksi talleja, jotta loimipesula olisi kannattava ja kokopäiväinen työllistäjä.

Vastanneista puolet olisi tarvinnut ulkopuolista pesulapalvelua, mutta vastaavasti toinen puoli vastanneista tulee toimeen ilmankin. Moni vastanneista talleista oli melko nuoria, joten etenkin täysin uusien ja vasta rakennettujen tallien osalta loimien pesutarve on osattu ottaa huomioon ja tilat loimien pesulle ja ennen kaikkea kuivaamiselle on järjestetty omasta takaa.

Pesulan tarpeen kohdalla suuri osa vastaajista vastasi tarvitsevansa pesulaa kaksi kertaa vuodessa. Tämä voisi hyvin viitata siihen, että työ painottuisi kevääseen ja syksyyn. Keväällä tallit pesettävät talvella käytössä olleet loimet puhtaana varastointia varten ja vastaavasti syksyllä pesetetään kesällä käytetyt loimet. Tallit eivät myöskään luultavasti halua pesettää vain muutamaa loimea kerralla, vaan haluavat tuoda kerralla isomman määrän ja odottavat likaisten loimien kertymistä. Vastausten pohjalta moni olisi valmis tuomaan loimet pesulaan itse, joten tältäkin kannalta suuremman määrän tuominen kerralla muutaman kerran vuodessa tulee edullisemmaksi ja säästää vaivaa.

Maksuhalukkuutta mitanneet kysymykset poikivat vastauksia, jotka ovat hyvin paljon samansuuntaisia kuin esimerkiksi Uudellamaalla toimivan loimipesula Dajen hinnasto. Esimerkiksi toppaloimen pesettäminen Dajessa maksaa 10 euroa. (Loimipesula Daje). Kyselyyn vastanneet olivat vastauksissaan valmiita maksaman samansuuruisen summan pesusta.

Korjauspalvelu herätti hieman enemmän kiinnostusta kuin pesula. Loimien paikkaaminen voi toisinaan olla työlästä ja hankalaa ja etenkin, jos tallilta ei löydy ompelukonetta, on loimen paikkaaminen muualla usein liian työlästä. Lisäksi loimet ovat isoja ja paksuja ja sellaisen ompeleminen tavallisella ompelukoneella ei välttämättä onnistu. Teollisuusompelukone puolestaan on monelle liian kallis hankittava. Ompeluun tarvitaan myös taitoa etenkin, jos halutaan saada aikaan siistiä ompelujälkeä. Vastausten pohjalta korjauksesta oltiin valmiita maksamaan varsin erisuuruisia hintoja.

Monikaan ei ehkä tule ajatelleeksi, että ompelu vaatii myös osaamista, eikä arvosta käsin tehtyä työtä. Sama pätee myös applikoinnin osalta.

Laskelmat kertovat varsin selkeästi, että yritykselle pitäisi saada noin kolme kertaa enemmän liikevaihtoa, jotta se pääsisi tavoitetulokseensa. Taulukko 6 sisältää yrityksen myyntilaskelman kuukaudelle. Joka kuukausi ei välttämättä tule samaa määrää toimeksiantoja, joten liikevaihdon määrän vaihtelevuus voi olla hyvinkin suurta eri kuukausien välillä. Lisämyyntikatetarpeen ollessa yli 2 000 euroa ei yrityksellä ole kovin suuria mahdollisuuksia pärjätä ilman, että tekee suuria muutoksia liiketoiminnan suunnittelussa ja hinnoittelussa.

Opinnäytetyö prosessina käynnistyi jo talvella 2010. Eteneminen on ollut hidasta, johtuen tekijän muista kiireistä. Kysely saatiin toteutettua jo alkuvuodesta 2011 ja tulokset purettua auki keväällä 2011. Saatu tulos oli siis jo selvillä hyvissä ajoin ennen kesää. Teorian kerääminen oli aloitettu jo samoihin aikoihin, kun kyselyn suunnittelukin. Kirjoittaminen vain eteni kovin hitaasti. Alkuperäinen suunnitelma oli saada työ kokonaan valmiiksi jo keväällä 2011, mutta henkilökohtaiset asiat sotkivat suunnitelmat ja kirjoitusaikataulun. Kesällä 2011 työ alkoi pikkuhiljaa valmistua töiden ohessa ja syksyyn mennessä työn runko oli jo lähes valmis. Lopullisen muotonsa työ sai syyskuussa.

Oppimisen kannalta työn aihe oli monipuolinen. Teorian etsiminen eri lähteistä ja tietojen kokoaminen ja yhdisteleminen opettivat pitkäjänteisyyttä ja keskittymistä. Myös tiedon suodattaminen ja valikoiminen olivat työn kannalta tärkeitä, koska aiheessa oli pysyttävä ja vain oleelliset ja työtä tukevat teoriatiedot tuli valita työhön.

LÄHTEET

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2011. [verkkajulkaisu]. [viitattu 20.8.2011].
Saatavilla: www.ely-keskus.fi.

Finnfund 2011. [verkkajulkaisu]. [viitattu 20.8.2011]. Saatavilla: www.finnfund.fi.

Finnvera 2011. [verkkajulkaisu]. [viitattu 20.8.2011]. Saatavilla: www.finnvera.fi.

Holopainen, T.; & Levonen, A. 2008. *Yrityksen perustajan opas*. Helsinki: Edita Prima Oy.

Ikonen, R.; & Savikko, R.; & Ikonen, J. 2010. *Oman yrityksen perustaminen*. Tampere: Klingendahl Paino Oy.

Ilmoniemi, M.; & Järvensivu, P.; & Kyläkallio, K. 2009. *Uuden yrittäjän käsikirja*. Helsinki: Talentum

Kallio J.; & Ripatti E.; & Tanni K. 2008. *Oma yritykseni*. Tampere: Tammer-Paino Oy

Kinkki, P.; & Lehtisalo, A. 1999. *YRTTI Yritystietous*. Porvoo: WSOY.

Loimipesula Daje 2011. [verkkajulkaisu]. [viitattu 18.9.2011]- Saatavilla:
<http://www.loimipesula.fi/>.

Loponen, Sini 2011. Varkaus 11.2.2011. Henkilökohtainen tiedonanto.

Puustinen, T. 2004. *Avain omaan yritykseen*. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Pyykkö, M. 2011. *Minustako yrittäjä?*. Helsinki: WSOYpro Oy.

Roth, P-C. 2010. Näkökulmia laadulliseen ja tilastolliseen tutkimukseen [verkkajulkaisu]. [viitattu 8.10.2011]. Saatavissa: <http://www.piachristina.tarinoi.fi/9>.

Suomen virallinen tilasto 2010: Konkurssit [verkkajulkaisu]. [viitattu: 22.3.2011].
Saatavilla: http://www.stat.fi/til/konk/2010/12/konk_2010_12_2011-02-15_tie_001_fi.html.

Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus 2011. [verkkójulkaisu].

[viitattu 20.8.2011]. Saatavilla: www.tekes.fi.

Yli-Muilo, J. 2011. Applikointitekniikka II. [verkkójulkaisu]. [viitattu 13.8.2011].

Saatavilla: http://www.kaspaikka.fi/koti/joyli/nain_aplikoit.htm.

Hevosloimien pesulapalvelun tarvekartoitus

Hei!

Ohessa on lyhyt kysely tallinne tarpeesta loimien pesula- ja korjauspalvelulle. Kysely on osa opin-
näytetyötäni, joka liittyy tradenomiopintoihini Savonia ammattikorkeakoulun Varkauden liiketalou-
den yksikössä. Opinnäytetyö perustuu Wäläky Keski-Savon Uusyrityskeskus ry:ltä saatuun toi-
meksiantoon, jossa mahdollinen yrittäjä kartoittaa loimien pesula- ja korjauspalvelun tarvetta yri-
tyksen perustamiseksi Joroisiin. Vastaaminen vie vain muutaman minuutin, eikä velvoita teitä mi-
hinkään. Vastaukset käsitellään luottamuksella, eikä nimiä tai yhteystietoja julkaista. Kyselyyn voi
vastata myös nimettömänä.

Ystävällisin terveisin
Hanna Jaakkonen

Jos teillä ilmenee kysyttävää, yhteyttä voi ottaa joko
sähköpostilla hanna.M.jaakkonen@student.savonia.fi
tai 040-7689666

Pesulapalvelu

1. Onko tallillanne tarvetta ulkopuoliselle loimien pesupalvelulle?

Kyllä Ei

Jos Ei, siirtykää kysymykseen 10.

2. Kuinka usein arvioitte tarvitsevanne pesulapalvelua?

kerran kuukaudessa kerran kolmessa kuukaudessa muu, mikä? _____

3. Kuinka monta loimea teiltä kerralla tulisi pesuun?

_____kpl

4. Paljonko olisitte valmis maksamaan seuraavien loimien pesusta?(Pesun hintaan vaikuttaa loimen paksuus.)

toppaloimi _____€

5. Mikä seuraavista olisi mielestänne paras haku- ja palautustapa pestäville loimille?
Loimien toimittaminen ennalta määrättyyn liikkeeseen tulee halvemmaksi, kuin pesulan ha-
ku- ja palautuspalvelun hyödyntäminen.

Haku ja palautuspalvelu omalta tallilta	Haku ja palautuspalvelu eläinkaupan, hevostarvi- keliikkeen tms. kautta	Vienti ja haku pesulaan itse
---	--	------------------------------

6. Mikä olisi mielestänne sopiva hinta haku- ja palautuspalvelulle omalta tallilta? Hinta sisältää sekä haun, että palautuksen omalta talliltanne Joroisiin.

_____€

7. Mikä olisi mielestänne sopiva loimien haun ja palautuksen palveluväli?
Yrityksen ajopalvelu ajaa saman reitin tietyin väliajoin ja noutaa tai palauttaa loimet kierroksen aikana.

2 viikkoa

3 viikkoa

4 viikkoa

muu, mikä? _____

8. Olisitteko valmis maksamaan enemmän luontoystävällisestä ja allergiavapaasta pesusta?

Kyllä

Ei

9. Jos vastasitte kyllä, paljonko enemmän peruspesuhinnan päälle per loimi?

_____€

Liitännäispalvelut

10. Onko tallillanne tarvetta loimien korjauspalvelulle?

Kyllä

Ei

Jos Ei, siirtykää kysymykseen 13.

11. Paljonko olisitte valmiita maksamaan esimerkiksi sadeloimen vesitiiviistä paikkauksesta?

_____€ / korjaus

12. Kuinka usein arvioitte tarvitsevanne korjauspalvelua?

Kerran kuukaudessa

Kerran kolmessa kuukaudessa

muu, mikä? _____

13. Kuinka monta loimea kerralla teiltä tulisi korjaukseen?

_____kpl

14. Kiinnostaako teitä satulahuopien/loimien nimikointi?
Kuvassa on yksi esimerkki.

Kyllä

Ei



Jos Ei, siirtykää kysymykseen 16.

15. Paljonko olisitte valmiita maksamaan kuvan kaltaisesta nimikoinnista satulahuovassa?
_____€

Taustatiedot

16. Tallinne sijaintipaikkakunta

17. Hevosten lukumäärä

18. Tallin käyttötarkoitus

ratsastuskoulu ravitalli vuokratalli harrastetalli muu, mikä _____

19. Kuinka kauan talli on ollut toiminnassa?

Alla olevaan kenttään voitte halutessanne jättää tallinne yhteystiedot: